

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PERSPEKTIF ISLAM
TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DENGAN PENGUATAN
*COMMUNITY DEVELOPMENT***

(Studi pada PT Surya Raya Lestari II di Sulawesi Barat)



SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Strata-1 Ekonomi Islam
Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*

Oleh

ALFI SAHRA RAMADHANI

(10200113186)

ALAUDDIN
M A K A S S A R

EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR

2017

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ALFI SAHRA RAMADHANI

NIM : 10300113186

Tempat/Tgl. Lahir : Polmas, 24 Februari 1994

Jur/Prodi/Konsentrasi : Ekonomi Islam

Fakultas/Program : Ekonomi dan Bisnis Islam

Alamat : Jl. HM. Yasin Limpo, Samata, Gowa

Judul : **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Perspektif Islam terhadap Kesejahteraan Masyarakat dengan Penguatan *Community Development* (Studi Pada PT Surya Raya Lestari II di Sulawesi Barat)**

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Makassar, September 2017

Peneliti,

ALFI SAHRA RAMADHANI

NIM: 10200113186



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Kampus I, Jl. Sultan Alauddin No.63 Makassar Tlp. (0411) 864924 Fax 864923
Kampus II, Jl. H. M Yasin Limpo No.36 Samata Sungguminasa-Gowa Tlp. (0411) 424835 Fax 424836

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "*Pengaruh Corporate Social Responsibility Perspektif Islam terhadap Kesejahteraan Masyarakat dengan Penguatan Community Development* (Studi Pada PT Surya Raya Lestari II di Sulawesi Barat), yang disusun oleh Saudari **Alfi Sahra Ramadhani** NIM: 10200113186, Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *munaqasyah* yang diselenggarakan pada hari Kamis, 24 Agustus 2017 bertepatan dengan 2 Dzulhijjah 1485 H dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mendapatkan gelar ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam. (dengan beberapa perbaikan)

Samata, 22 September 2017

1 Muharram 1489

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Prof. Dr. Ambo Asse, M.Ag	(.....)
Sekretaris	: Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag	(.....)
Munaqisy I	: Jamaluddin M, SE., M.Si	(.....)
Munaqisy II	: Ismawati, SE., M.Si	(.....)
Pembimbing I	: Dr. Amiruddin K, M.EI	(.....)
Pembimbing II	: Dr. Muh. Wahyuddin Abdullah, SE., M.Si., Ak	(.....)

Diketahui Oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Alauddin Makassar, M

Prof. Dr. Ambo Asse, M.Ag
NIP: 19581022 198703 1

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah Swt., yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah serta pertolongan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad Saw., yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.

Alhamdulillah perjalanan yang panjang telah sampai juga pada tujuannya. Penyusun menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Perspektif Islam terhadap Kesejahteraan Masyarakat dengan Penguatan *Community Development* (Studi pada PT Surya Raya Lestari II di Sulawesi Barat)**”.

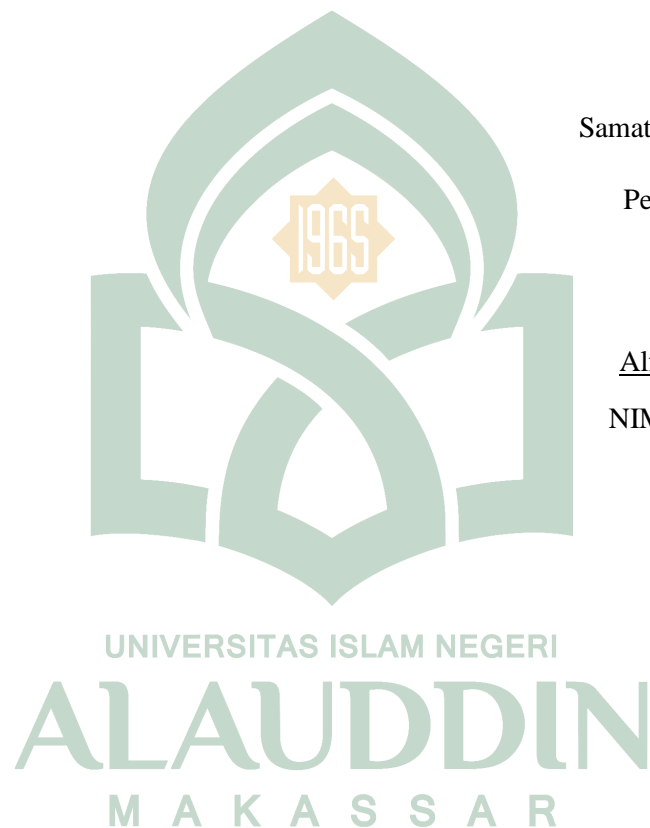
Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan kali ini, penyusun ingin mengucapkan rasa terima kasih terkhusus kepada kedua orang tua tercinta ayahanda H. Abd. Malik Idris dan Ibunda Hj. Masnaeni yang telah melahirkan, mengasuh, membesarkan dan mendidik penulis sejak kecil sepenuh hati dalam buaian kasih sayang.

Selain itu penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak yang memiliki andil dan kontribusi dalam penyusunan skripsi, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Musafir Pababbari, M.Si, selaku Rektor beserta Wakil Rektor I, II, III dan IV UIN Alauddin Makassar.

2. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag selaku Dekan beserta Wakil Dekan I, II dan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.
3. Ibu Hj. Rahmawati Muin, S.Ag., M.Ag selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam
4. Bapak Amiruddin K, M.Ei selaku pembimbing I dan Bapak Muh. Wahyuddin Abdullah, SE., M.Si, Ak. selaku pembimbing II yang telah ikhlas dan sabar memberikan bimbingan dan petunjuk kepada penulis sampai selesainya skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat.
6. Sahabat-sahabatku tercinta Luna, Winda dan Marissa yang jarang saya temui semenjak penulis sibuk dengan penyelesaian skripsi ini.
7. I Putu Agus Pusapaka yang selalu mendukung, menghibur dan memberikan semangat ketika saya mulai menyerah dengan skripsi ini.
8. Teman-teman angkatan 2013 Ekonomi Islam yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu. Saya akan selalu merindukan kebersamaan kita selama 4 tahun terakhir ini.
9. Keluarga Posko Induk Malakaji, Nismawati, Widya Lestari S, Humaerah, Susi Susanti, Mei Sakriani Hadrus, Sri Nurhayati Syam, Hartanti, Rahmat, Nur Ikhsan Syam, Ade Putra Jayadin, Tamsir dan Muh Rajabatari Gau. Saya merindukan pertengkaran kecil yang selalu kita suarakan di posko induk Malakaji.
10. Teman-teman di Wisma Muthmainnah khususnya Mutiara teman kamar yang dengan sabar selalu mendengar keluhanku.

Akhirnya penulis sampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang baik secara langsung ataupun tidak langsung telah memberikan bantuan kepada penulis, hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima di sisi Allah Swt dan mendapat limpahan Rahmat-Nya. Amin.



Samata, Agustus 2017

Penulis

Alfi Sahra Ramadhani

NIM: 10200113186

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Hipotesis.....	10
F. Definisi Operasional.....	13
G. Penelitian Terdahulu	16
BAB II TINJAUAN TEORITIS	19
A. Stakeholder Theory	19
B. Legitimacy Theory	22
C. <i>Corporate Social Responsibility</i>	23
D. <i>Corporate Social Responsibility</i> Perspektif Islam.....	30
E. <i>Community Development</i>	37
F. Kesejahteraan Masyarakat	42
G. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Kesejahteraan Masyarakat	47
H. Penguatan <i>Community Development</i> terhadap Kesejahteraan Masyarakat	48
I. Kerangka Pikir Teoritis	49

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	51
A. Jenis dan Lokasi Penelitian	51
B. Sumber Data.....	52
C. Populasi dan Sampel	52
D. Metode Pengumpulan Data	53
E. Metode Analisis Data.....	54
F. Uji Kualitas Data.....	55
G. Uji Asumsi Klasik	55
H. Uji Hipotesis.....	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	60
A. Gambaran Umum Perusahaan	61
B. Hasil Penelitian	63
C. Pembahasan.....	84
BAB V KESIMPULAN.....	90
A. Kesimpulan	90
B. Implikasi.....	90
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Proporsi responden berdasarkan jenis kelamin	63
Tabel 4.2 Proporsi responden berdasarkan penghasilan/bulan.....	64
Tabel 4.3 Proporsi responden berdasarkan umur	65
Tabel 4.4 Proporsi responden berdasarkan banyaknya mendapatkan CSR.....	66
Tabel 4.5 Statistik deskriptif variabel.....	67
Tabel 4.6 Ikhtisar Rentang Skala Variabel.....	68
Tabel 4.7 Deskriptif item pernyataan variabel CSR perspektif Islam (X)	69
Tabel 4.8 Deskriptif item pernyataan variabel <i>Community Development</i> (M) ..	70
Tabel 4.9 Deskriptif item pernyataan variabel kesejahteraan masyarakat (Y) ..	71
Tabel 4.10 Hasil pengujian validitas.....	73
Tabel 4.11 Hasil pengujian reliabilitas.....	74
Tabel 4.12 Hasil uji normalitas	75
Tabel 4.13 Hasil uji multikolonieritas.....	77
Tabel 4.14 Hasil uji park.....	78
Tabel 4.15 Uji koefisien determinasi (R^2) analisis regresi sederhana.....	79
Tabel 4.16 Uji Parsial (Uji t) analisis regresi sederhana.....	79
Tabel 4.17 Uji koefisien dererminasi (R^2) analisis regresi moderasi.....	81
Tabel 4.18 Uji simultan (Uji F) analisis regresi moderasi	82
Tabel 4.19 Uji parsial (Uji t) analisis regresi moderasi	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paramida CSR	27
Gambar 2.2 Kerangka pikir teoritis.....	50
Gambar 4.1 Struktur organisasi PT Surya Raya Lestari II.....	62
Gambar 4.2 Grafik P-Plot of Regression Standardized Residual	76



ABSTRAK

Nama : Alfi Sahra Ramadhani
Nim : 10200113186
Judul Skripsi : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Perspektif Islam terhadap Kesejahteraan Masyarakat dengan Penguatan *Community Development* (Studi pada PT Surya Raya Lestari II di Sulawesi Barat)

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bagian penting dalam sebuah perusahaan, karena di negara Indonesia ada Undang-undang yang mengatur tentang kewajiban pelaksanaan CSR oleh perusahaan. Penelitian ini dilatar belakangi karena munculnya tren perilaku etis bagi perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya dengan memperhatikan faktor lingkungan dan faktor sosial. Permasalahan yang diangkat yaitu: 1) Apakah *Corporate Social Responsibility* perspektif Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat ? 2) Apakah *Community Development* menguatkan pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kesejahteraan Masyarakat?. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk: 1) Mengetahui hubungan antara *Corporate Social Responsibility* perspektif Islam terhadap kesejahteraan masyarakat, 2) Mengetahui *Community Development* menguatkan hubungan *Corporate Social Responsibility* perspektif Islam terhadap kesejahteraan masyarakat. Sedangkan manfaat penelitian ini adalah untuk: 1) memberikan kebenaran terhadap teori *Stakeholder* yang dikemukakan oleh Freeman, 2) Masukan untuk perusahaan dalam peningkatan *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Populasi yang ada dalam penelitian ini adalah kelompok tani binaan PT Surya Raya Lestari II dalam menentukan jumlah sampel menggunakan rumus *slovin* yang berjumlah 77 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan melalui survei kuesioner secara langsung. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dan analisis regresi moderasi dengan pendekatan selisih mutlak. Analisis regresi linear sederhana untuk hipotesis *Corporate Social Responsibility* perspektif Islam. Analisis regresi moderasi dengan pendekatan uji selisih mutlak untuk hipotesis *Corporate Social Responsibility* perspektif Islam yang dimoderasi oleh *community development*.

Hasil penelitian dengan analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* perspektif Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Analisis variabel moderating dengan pendekatan nilai selisih mutlak menunjukkan bahwa *community development* tidak cukup menguatkan hubungan antara *Corporate Social Responsibility* Perspektif Islam terhadap Kesejahteraan Masyarakat.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility*, *Community Development*, Kesejahteraan Masyarakat.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Terwujudnya kesejahteraan sosial suatu negara tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah melainkan juga melibatkan peran serta pihak lainnya. Salah satunya adalah perusahaan-perusahaan yang sangat berperan penting dalam meningkatkan perekonomian suatu negara. Hubungan antara pemerintah dan pihak perusahaan merupakan salah satu strategi yang dibutuhkan untuk mendukung pelaksanaan kebijakan-kebijakan sosial dalam suatu masyarakat. Keterlibatan pihak-pihak tersebut mampu mengupayakan kehidupan yang layak bagi masyarakat yang disertai tanggung jawab untuk menjaga dan memelihara kestabilan lingkungan hidup dan sosial. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat di berbagai bidang, sehingga tercipta interaksi yang sehat antara perusahaan-perusahaan dengan masyarakat di sekitarnya. Interaksi yang baik ini dapat diwujudkan melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

CSR merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.¹ Penggunaan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau lebih dikenal dengan istilah tanggung jawab sosial

¹Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008, hlm. 1.

perusahaan ini semakin populer dengan semakin meningkatnya gambaran dari praktek tanggung jawab sosial perusahaan dan diskusi-diskusi global, regional dan nasional tentang CSR. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* merupakan satu bentuk kegiatan sosial yang harus dijalankan perusahaan pada lingkungan sosialnya sebagai bentuk pernyataan eksistensi hadirnya perusahaan pada lingkungan masyarakatnya.

Di Indonesia sendiri, Perkembangan praktek dan pengungkapan CSR mendapat dukungan dari pemerintah, yaitu dengan mengeluarkan regulasi terhadap kewajiban praktek dan pengungkapan CSR melalui Undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 pasal 66 dan 74. Pada Pasal 66 ayat (2) bagian c disebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sedangkan dalam Pasal 74 menjelaskan kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam.² Selain itu, kewajiban pelaksanaan CSR juga diatur dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Pasal 15 bagian b, Pasal 17, dan Pasal 34 yang mengatur setiap penanam modal diwajibkan untuk ikut serta dalam tanggung jawab sosial perusahaan.³

Tujuan tanggung jawab sosial perusahaan/CSR yang diatur didalam Pasal 1 butir 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas adalah

² UU Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

³ UU Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal

untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi Perseroan itu sendiri, komunitas setempat dan masyarakat pada umumnya. Ketentuan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan. CSR dimaksudkan untuk mendukung hubungan perusahaan yang serasi, selaras, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.⁴

Dalam perspektif Islam, CSR merupakan salah satu konsep kedermawanan yang sangat dianjurkan, yaitu sesuai firman Allah SWT dalam al-Qur'an Surat al-Baqarah ayat 261:

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ
فِي كُلِّ سُنْبُلَةٍ مِائَةُ حَبَّةٍ وَاللَّهُ وَسَّعٌ عَلِيمٌ

Terjemahnya :

“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang dia kehendaki. dan Allah Maha luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui”(QS. Al-Baqarah : 261)⁵

Ini merupakan anjuran yang agung dari Allah untuk hamba-hambaNya untuk menafkahkan harta mereka di jalan-Nya. Termasuk dalam hal ini adalah menafkahkan hartanya dengan cara berinfak kepada orang-orang yang membutuhkan, fakir miskin,

⁴ Binoto Nadapdap, *Hukum Perseroan Terbatas*, Jakarta: Permata Aksara, 2012, hlm. 131.

⁵ Kementerian Agama RI, *Al Quran Terjemah dan Tajwid*, Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2014, hlm 44.

dan kemungkinan saja dua cara itu dapat disatukan hingga menjadi nafkah untuk menolong orang-orang yang membutuhkan dan sekaligus bakti sosial dan ketaatan.

Perusahaan yang ingin menafkahkan hartanya di jalan Allah Swt. dapat diaplikasikan untuk berbagai program CSR yang lebih luas antara lain kepentingan peningkatan kualitas sosial dalam berbagai bidang misalnya ekonomi, pendidikan, kesehatan serta pengembangan masyarakat (*community development*) dan pelestarian lingkungan. Substansi keberadaan CSR adalah memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri dengan jalan membangun kerjasama antar *stakeholder* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat di sekitarnya. Ada enam kecenderungan utama, yang semakin menegaskan arti penting CSR, yaitu meningkatnya kesenjangan antara, kaya dan miskin, posisi negara yang semakin berjarak kepada rakyatnya, semakin mengemukanya arti kesinambungan, semakin gencarnya sorotan kritis dan resistensi dari publik yang terkadang bersifat anti perusahaan, tren ke arah transparansi, harapan bagi terwujudnya kehidupan yang lebih baik dan manusiawi.⁶

Penerapan CSR di Indonesia diakui banyak pihak, baik dalam kuantitas maupun kualitas. Pelaksanaannya pun semakin beragam mulai dari bentuk program yang dilaksanakan, maupun dari sisi dana yang digulirkan untuk program tersebut. Pada bidang pendidikan misalnya, PT. Astra International Tbk telah mewujudkan

⁶Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*, Gresik : Fascho Publishing, 2007, hlm. 67.

dengan membentuk Politeknik Manufaktur Astra. Dibidang Lingkungan, Semen Gresik sukses melaksanakan “Green Selt Belt.” Selain itu, Nestle bahkan telah menerapkan Creating Share Value (CSV) sebagai pendekatan dalam bidang CSR-nya.⁷

Meningkatnya tingkat kepedulian akan kesejahteraan dan kualitas hidup, serta harmonisasi sosial dan lingkungan dalam masyarakat ternyata tidak sejalan dengan peringkat Indeks Pembangunan Manusia Indonesia. Laporan mengenai Indeks Pembangunan Manusia (IPM) untuk tahun 2015 adalah 0,689. Ini menempatkan Indonesia dalam peringkat 113 dari 188 negara dan wilayah. Namun demikian IPM Indonesia menurun tajam ke 0,563 (turun 18,2%) bila kesenjangan diperhitungkan.⁸

Adapun indikator IPM pada umumnya merujuk pada konsep *basic human capabilities*, atau dengan kata lain kemampuan masyarakat Indonesia dalam memenuhi kebutuhan yang sangat mendasar saja ternyata masih sulit. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia masih belum dapat terbebas dari lilitan kemiskinan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik jumlah penduduk miskin di Indonesia per Maret 2017 sebanyak 27,77 juta orang.⁹

Kondisi masyarakat Indonesia dengan tingkat kemiskinan yang masih tinggi serta tingkat kepedulian masyarakat Indonesia yang semakin meningkat akan

⁷Ujang Rusdianto, *CSR Communication A Framework for PR Practitioners*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, hlm. 5.

⁸ UNDP: Indeks Pembangunan Indonesia Meningkat tapi Kesenjangan Masih Tetap Ada, diakses dari <http://www.id.undp.org>, pada tanggal 10 Mei 2017, pukul 22.30.

⁹ Badan Pusat Statistik, Jumlah Penduduk Miskin Menurut Provinsi 2007-2017 diakses dari <http://www.bps.go.id> pada tanggal 17 Mei 2017, pukul 15.00.

kesejahteraan masyarakat ini mendorong perusahaan-perusahaan besar untuk melahirkan gerakan kegiatan yang diharapkan dapat mengubah nasib kaum terlantar dan rakyat secara bermartabat.

Dari tanggung jawab sosial kemudian dikenal konsep *Community development* atau pengembangan masyarakat. Konsep *community development* banyak dirumuskan di dalam berbagai definisi. Perserikatan Bangsa-Bangsa mendefinisikan pengembangan masyarakat merupakan suatu proses dimana usaha-usaha atau potensi-potensi yang dimiliki masyarakat diintegrasikan dengan sumber daya yang dimiliki pemerintah, untuk memperbaiki kondisi ekonomi, sosial dan kebudayaan, dan mengintegrasikan masyarakat didalam konteks kehidupan berbangsa, serta memberdayakan agar mampu memberikan kontribusi secara penuh untuk mencapai kemajuan pada level nasional.¹⁰

Community development dapat dilihat sebagai suatu program, sebagai suatu proses, metode, dan sebuah gerakan. Sebagai suatu program, *community development* berarti mempunyai kegiatan-kegiatan yang terangkum dalam sebuah program sebagai sebuah proses, yaitu bahwa kita ingin melihat apa sebenarnya yang terjadi dalam rangkaian kegiatan tersebut, sedangkan sebagai suatu metode, *community development* dapat dipakai untuk menyelesaikan sebuah permasalahan yang timbul di masyarakat

¹⁰ Edi Suharto, *Pembangunan, Kebijakan Sosial dan Pekerjaan Sosial: Spektrum Pemikiran*, Bandung: Lembaga Studi Pembangunan-STKS , 1997, hlm. 98.

dan sebagai suatu gerakan merupakan upaya untuk melakukan sosialisasi dan penyadaran kepada semua pihak.¹¹

Konsep pengembangan keberlanjutan ini dapat dilihat dari berbagai dimensi antara lain manusia, sosial, lingkungan dan ekonomi. Implementasi keberlanjutan dimensi manusia erat kaitannya dengan pemeliharaan kualitas sumber daya manusia. Keberlanjutan dimensi sosial adalah suatu bentuk pemeliharaan manusia secara kolektif, kerja sama yang baik, toleransi, etika untuk menuju kebersamaan dan kesetaraan. Sedangkan keberlanjutan dimensi lingkungan adalah pemeliharaan sumber daya alam yang sangat terbatas untuk menjamin tersedianya sumber daya bagi generasi berikutnya. Sedangkan keberlanjutan dimensi ekonomi adalah penggunaan sumber daya secara efisien, menjamin produktivitas usaha dan pertumbuhan yang wajar untuk kesejahteraan masyarakat luas. Hasil riset dari *Roper Search Worldwide* menunjukkan bahwa 75% responden memberikan nilai lebih kepada produk atau jasa yang dipasarkan oleh perusahaan yang memberikan kontribusi nyata kepada komunitas melalui program pengembangan masyarakat.¹²

Sehubungan dengan uraian di atas, berdirinya PT Surya Raya Lestari II sebagai salah satu perusahaan sawit yang berada di Kabupaten Mamuju Tengah Provinsi Sulawesi Barat memiliki program *Corporate Social Responsibility* dengan penguatan

¹¹Nanik Trihastuti, *Hukum Kontrak Karya – Pola Kerjasama Pengusaha Pertambangan Di Indonesia*, Malang: Setara Press, 2013, hlm. 191.

¹² A.B. Susanto, *Reputation Driven Corporate Social Responsibility Pendekatan Strategik Manajemen dalam CSR*, Jakarta: Esensi, 2009, hlm. 26.

Community development yaitu pembinaan petani. Pembinaan petani ini dibagi ke dalam beberapa kelompok tani dari beberapa desa di sekitar wilayah perkebunan kelapa sawit tersebut yang bekerja sebagai pengelola lahan dan sebagai buruh tani perkebunan. Keberadaan kelompok tani dimaksudkan untuk memberdayakan petani meningkatkan produktivitas bahkan kesejahteraan petani melalui program CSR dalam bidang *community development* yang dilakukan oleh perusahaan. Namun jika adanya tuntutan dari perusahaan dalam berbagai kasus justru akan memperlemah kemandirian kelompok tani. Salah satunya adalah tuntutan perusahaan untuk menghasilkan sawit yang berkualitas dan harus dijual ke perusahaan dalam tiga rotasi yaitu pada awal bulan, pertengahan bulan dan akhir bulan.

Program *Corporate Social Responsibility* dengan memperhatikan unsur *al-adl*, *ihsan*, manfaat dan amanah dengan penguatan *community development* akan memberikan manfaat kepada masyarakat atau bahkan sebaliknya akan menimbulkan hal-hal negatif yang akan merugikan masyarakat. Hal ini yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Perspektif Islam terhadap Kesejahteraan Masyarakat dengan penguatan *Community Development* studi pada PT Surya Raya Lestari II di Sulawesi Barat.**

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* Perspektif Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesejahteraan Masyarakat ?

2. Apakah *Community Development* menguatkan hubungan antara *Corporate Social Responsibility* Perspektif Islam dengan kesejahteraan masyarakat ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini, makatujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* Perspektif Islam terhadap kesejahteraan masyarakat.
2. Untuk mengetahui *Community Development* menguatkan pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* Perspektif Islam terhadap kesejahteraan masyarakat.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan jawaban mengenai kebenaran teori stakeholder oleh Freeman yang memberikan landasan bahwa suatu perusahaan harus mampu memberikan manfaat bagi stakeholdernya dengan cara menerapkan program *Corporate Social Responsibility*. Adanya program tersebut pada perusahaan diharapkan akan meningkatkan kesejahteraan bagi karyawan, pelanggan, dan masyarakat lokal. Sehingga diharapkan terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan lingkungan sekitar.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan PT.Surya Raya Lestari II untuk lebih meningkatkan program CSR dengan

memperhatikan unsur *al-adl, ihsan*, amanah dan manfaat demi kesejahteraan hidup masyarakat serta untuk mengetahui kekurangan yang ada dalam pelaksanaan CSR dengan pengembangan masyarakat.

E. Hipotesis

1. Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap kesejahteraan masyarakat

Corporate social responsibility menurut *The World Business Council For Sustainable Development* (WBCSD), adalah sebuah upaya tanggung jawab social perusahaan sebagai: “*Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to Economic Development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.*” Maksudnya adalah komitmen berkelanjutan dari para pelaku bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas hidup dari para pekerja dan keluarganya serta masyarakat lokal dan masyarakat secara luas.¹³

CSR dalam *Corporate Relations Program* PT BIC dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat. Hal ini dapat dijelaskan karena strategi implementasi CSR perusahaan merupakan respon atas kebutuhan riil masyarakat atas pemenuhan kebutuhan hidupnya. Penjelasan tersebut didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Hendrik Budi Untung yakni kontribusi CSR dalam

¹³Firsan Nova, *Republic Relations*, Jakarta: Media Bangsa, 2012, hlm. 314.

pembangunan ekonomi masyarakat adalah dengan melibatkan seluruh komponen masyarakat dalam kegiatan CSR perusahaan.¹⁴ Dari hasil uraian tersebut, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap kesejahteraan masyarakat.

2. Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap kesejahteraan sosial dengan penguatan *Community Development*

Community development adalah program yang sering digunakan perusahaan dan merupakan filantropi sebagai investasi sosial perusahaan yang bersifat jangka panjang.¹⁵ Melalui kegiatan CSR, perusahaan mengajak masyarakat untuk menyalurkan ide, aspirasi dan pendapat terkait apa yang menjadi harapan dan tujuan masing-masing pihak. Berkaitan dengan *community development*, CSR perusahaan dilakukan bersama komunitas (masyarakat) sekitar dengan kegiatan sejenis pengembangan masyarakat lokal atau *community development*. Masyarakat lokal yang dimaksudkan adalah masyarakat yang berada di sekitar operasi perusahaan dan tidak memiliki hubungan secara kontraktual dengan perusahaan. Kegiatan CSR melalui *community development* diupayakan agar mampu memberdayakan potensi masyarakat

¹⁴Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, hlm. 35.

¹⁵Yosal Iriantara, *Community Relations*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004, hlm. 49.

lokal sehingga dapat memberi manfaat jangka panjang bagi perusahaan dan masyarakat itu sendiri.¹⁶

Penelitian yang dilakukan Nurul Islami menyimpulkan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial PT. Semen Tonasa, yakni keterlibatan langsung seperti program *community development*, melalui yayasan atau organisasi sosial yang didirikan oleh pihak perusahaan dan bermitra dengan pihak lain. Ketiga bentuk pelaksanaan tersebut mayoritas yang dipakai adalah keterlibatan langsung. Hal tersebut dilaksanakan dengan alasan bahwa efektivitas serta masyarakat dalam melihat secara langsung yang dilaksanakan oleh PT. Semen Tonasa. Penjelasan tersebut didukung oleh teori Adi bahwa metode pengembangan masyarakat merupakan sebuah metode yang didalamnya menggunakan prinsip-prinsip partisipasi masyarakat untuk mensejahterakan kehidupan masyarakat, bukan hanya dari sisi ekonomi saja, namun dari sisi sosial dan budayanya.¹⁷ Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut :

H2 : *Community Development* Memperkuat hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap kesejahteraan masyarakat

¹⁶Agus Triyono, Pemberdayaan Masyarakat Melalui Community Development Program Posdaya (Pos Pemberdayaan Keluarga) Pt. Holcim Indonesia Tbk Pabrik Cilacap, *Jurnal Komuniti*, Vol. VI, No. 2 September 2014, hlm. 113.

¹⁷ Isbandi Rukminto Adi, *Intervensi Komunitas & Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2012, hlm. 50.

F. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk (constructs) atau variabel tersebut.¹⁸ Untuk menghindari kesalahan dalam mengartikan variabel yang dianalisis berikut ini dijelaskan definisi operasional dari masing-masing variabel sebagai berikut

1) *Corporate Social Responsibility* Perspektif Islam sebagai Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Variabel independen disebut juga variabel bebas. Dalam penelitian ini yang berperan sebagai Variabel Independen adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu komitmen usaha untuk terus bertindak etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara luas.¹⁹

Sedangkan dalam perspektif Islam, CSR merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan merupakan

¹⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2011, hlm. 38.

¹⁹Reza Rahman, *Corporate Social Responsibility antara Teori dan Kenyataan*, Yogyakarta: Media Pressindo, 2009, hlm. 10.

melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah SWT.²⁰ Adapun indikatornya yaitu:

- 1) *a-adl*
- 2) *al-ihsan*
- 3) amanah
- 4) manfaat
- 5) siddiq

Indikator ini diukur dengan skala likert yaitu mengukur sikap dengan mengatakan setuju atau tidak setuju terhadap pertanyaan yang diajukan dengan skor 5 (SS = Sangat Setuju), Skor 4 (S = Setuju), Skor 3 (KS = Kurang Setuju), Skor 2 (TS = Tidak Setuju), dan Skor 1 (STS = Sangat Tidak Setuju).

- 2) *Community Development* (pengembangan masyarakat) sebagai Variabel Moderator

Variabel moderator adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel moderator dalam penelitian ini adalah *Community development* adalah kegiatan pengembangan masyarakat yang diselenggarakan secara sistematis, terencana, dan diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat guna mencapai kondisi sosial, ekonomi, dan kualitas kehidupan yang lebih baik.²¹ Adapun indikatornya yaitu:

²⁰Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007, hlm. 160

²¹ Reza Rahman, *Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan*, hlm 108.

- 1) Pembinaan petani
- 2) Komunikasi
- 3) Dampak operasional perusahaan
- 4) Hasil produksi
- 5) Petani yang mandiri

Indikator ini diukur dengan skala likert yaitu mengukur sikap dengan mengatakan setuju atau tidak setuju terhadap pertanyaan yang diajukan dengan skor 5 (SS = Sangat Setuju), Skor 4 (S = Setuju), Skor 3 (KS = Kurang Setuju), Skor 2 (TS = Tidak Setuju), dan Skor 1 (STS = Sangat Tidak Setuju).

3) Kesejahteraan Masyarakat sebagai Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen juga disebut sebagai variabel konsekuensi (*consequent variable*). Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah kesejahteraan masyarakat yaitu kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya.²² Adapun indikatornya yaitu:

- 1) Manfaat CSR terhadap masyarakat
- 2) Peningkatan kemampuan petani
- 3) Peningkatan produksi petani
- 4) Pertumbuhan ekonomi rakyat

²² Undang-undang Nomor 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial

5) Kesejahteraan masyarakat

Indikator ini diukur dengan skala likert yaitu mengukur sikap dengan mengatakan setuju atau tidak setuju terhadap pertanyaan yang diajukan dengan skor 5 (SS = Sangat Setuju), Skor 4 (S = Setuju), Skor 3 (KS = Kurang Setuju), Skor 2 (TS = Tidak Setuju), dan Skor 1 (STS = Sangat Tidak Setuju).

G. Penelitian Terdahulu

Khusnul Fauziyah dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh implementasi *Corporate Social Responsibility* PT. Ledo Lestari terhadap kesejahteraan masyarakat sekitarnya. CSR sebagai variabel independen dan kesejahteraan masyarakat sebagai variabel dependen dan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Ada pun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori masyarakat massa dan integritas. Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatif asosiatif, yaitu penelitian untuk menguji hubungan antara variabel yang dihipotesiskan. Hipotesis itu sendiri menggambarkan pengaruh antara dua variabel atau lebih, untuk mengetahui apakah suatu variabel dipengaruhi atau tidak oleh variabel lainnya. Sedangkan dasar penelitian ini adalah penelitian survey yang merupakan suatu penelitian dengan cara mengumpulkan data dari sejumlah unit atau individu dalam waktu (atau jangka waktu) yang bersamaan maka hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR

memberikan pengaruh yang positif terhadap kesejahteraan masyarakat di sekitar PT. Ledo Lestari.²³

Shandy Anggraini dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* pada PT. Inalum terhadap kesejahteraan masyarakat Kuala Tanjung dengan menggunakan variable independent *community support*, *diversity*, dan *environment* penelitian tersebut membuktikan bahwa ketiga variabel terbukti positif dan signifikan secara serempak mempengaruhi kesejahteraan masyarakat.²⁴

Andi Mapisangka dalam penelitiannya yang berjudul implementasi CSR terhadap kesejahteraan hidup masyarakat menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen kuat terhadap lingkungan dalam mewujudkan kesejahteraan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh CSR PT. Batamindo Investment Cakrawala menuju kesejahteraan sosial. Indikator CSR adalah tujuan tanggung jawab sosial perusahaan, isu sosial perusahaan, dan program hubungan perusahaan. Indikator kesejahteraan hidup adalah kemajuan dalam bidang kesehatan, pendidikan, dan kegiatan ekonomi. Berdasarkan ordinary least square, penelitian ini menyimpulkan: corporate social responsibility goal, corporate social

²³ Khusnul Fauziyah, "Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Ledo Lestari terhadap Kesejahteraan Masyarakat Sekitarnya" *Jurnal Elcendikia Edisi 7 Vol III No. 1 Juni 2008*, hlm 59.

²⁴Shandy Anggraini, "Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada PT. Inalum Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Kuala Tanjung" *Skripsi USU Medan (2008)*, hlm 57.

issue, dan corporate relation program PT. BIC memiliki dampak positif terhadap kesejahteraan sosial di Kawasan Industri Batamindo.²⁵

Farida dalam penelitiannya yang berjudul analisis pengaruh implementasi CSR terhadap kesejahteraan sosial di BMT Harapan Umat Kudus menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Simple Random Sampling. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sejumlah 162 orang masyarakat Kudus. Metode analisis data dengan menggunakan metode analisis regresi berganda. Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa pertama, terdapat pengaruh yang signifikan antara Corporate Social Responsibility Goal (X1) terhadap kesejahteraan masyarakat. Kedua, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Corporate Social Issue (X2) terhadap kesejahteraan masyarakat (Y). Ketiga, terdapat pengaruh yang signifikan antara Corporate Relation Program (X3) terhadap kesejahteraan masyarakat (Y).²⁶

Untuk membedakan dengan penelitian terdahulu, penelitian ini menggunakan variable moderasi *Community Development* yang menjelaskan pengaruh CSR terhadap kesejahteraan masyarakat.

²⁵ Andi Mapisangka, Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat, *Jurnal JESP Vol. 1, No. 1, 2009*, hlm 39.

²⁶ Farida, Analisis Pengaruh Implementasi CSR Terhadap Kesejahteraan Sosial di BMT Harapan Umat Kudus, *Jurnal Iqtishadia, Vol. 7, No. 2, September 2014*, hlm. 357.

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. *Stakeholder Theory*

Perkembangan bisnis di era modern menuntut perusahaan untuk lebih memerhatikan seluruh pemangku kepentingan yang ada dan tidak terbatas hanya kepada pemegang saham. Hal ini selain merupakan tuntutan etis, juga diharapkan akan mendatangkan manfaat ekonomis dan menjaga keberlangsungan bisnis perusahaan. Dari perspektif hubungan antara perusahaan dengan seluruh pemangku kepentingan inilah teori stakeholder kemudian dikembangkan. Istilah stakeholder pertama kali diperkenalkan oleh *Stanford Research Institute* (RSI) ditahun 1963.²⁷ Hingga Freeman mengembangkan eksposisi teoritis mengenai stakeholder ditahun 1984 dalam karyanya yang berjudul *Strategic Management: A Stakeholder Approach* yang mendefinisikan stakeholder sebagai “*any group or individual who can affect or be affected by the achievement of an organization’s objective.*” bahwa stakeholder merupakan kelompok maupun individu yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh proses pencapaian tujuan suatu organisasi.²⁸

Dalam *Stakeholder Theory* perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi para stakeholder (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah,

²⁷ R. Edward Freeman, *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, New York: Cambridge University Press, 1984 hlm. 31.

²⁸ R. Edward Freeman, *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, hlm. 25.

masyarakat, dan pihak lain). Dengan demikian, maka keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut.²⁹

Asumsi teori stakeholder dibangun atas dasar pernyataan bahwa perusahaan berkembang menjadi sangat besar dan menyebabkan masyarakat menjadi sangat terkait dan memerhatikan perusahaan, sehingga perusahaan perlu menunjukkan akuntabilitas maupun responsibilitas secara lebih luas dan tidak terbatas hanya kepada pemegang saham. Hal ini berarti, perusahaan dan stakeholder membentuk hubungan yang saling memengaruhi. Pendekatan stakeholder membuat organisasi memilih untuk menanggapi banyak tuntutan yang dibuat oleh para pihak yang berkepentingan (stakeholder). Menurut pendekatan ini, suatu organisasi akan berusaha untuk memenuhi tuntutan lingkungan dari kelompok-kelompok seperti para karyawan, pemasok, dan investor serta masyarakat.

Terdapat tiga argumen yang mendukung pengelolaan perusahaan berdasarkan perspektif teori stakeholder, yaitu:³⁰

1) Argumen Deskriptif

Argumen deskriptif menyatakan bahwa pandangan pemangku kepentingan secara sederhana merupakan deskripsi yang realistis mengenai bagaimana perusahaan

²⁹ Ahmad Chariri dan Imam Ghozali, *Teori Akuntansi*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007, hlm. 409.

³⁰ Sony Warsono dkk, *Corporate Governance Concept and Model*, Yogyakarta: CGCG FEB UGM, 2009, hlm. 29-31.

sebenarnya beroperasi atau bekerja. Manajer harus memberikan perhatian penuh pada kinerja keuangan perusahaan, akan tetapi tugas manajemen lebih penting dari itu. Untuk dapat memperoleh hasil yang konsisten, manajer harus memberikan perhatian pada produksi produk-produk berkualitas tinggi dan inovatif bagi para pelanggan mereka, menarik dan mempertahankan karyawan-karyawan yang berkualitas tinggi, serta mentaati semua regulasi pemerintah yang cukup kompleks. Secara praktis, manajer mengarahkan energi mereka terhadap seluruh pemangku kepentingan, tidak hanya terhadap pemilik saja.

2) Argumen Instrumental

Argumen instrumental menyatakan bahwa manajemen terhadap pemangku kepentingan dinilai sebagai suatu strategi perusahaan. Perusahaan-perusahaan yang mempertimbangkan hak dan memberi perhatian pada berbagai kelompok pemangku kepentingannya akan menghasilkan kinerja yang lebih baik.

3) Argumen Normatif

Argumen normatif menyatakan bahwa manajemen terhadap pemangku kepentingan merupakan hal yang benar untuk dilakukan. Perusahaan mempunyai penguasaan dan kendali yang cukup besar terhadap banyak sumber daya, dan hak istimewa ini menyebabkan adanya kewajiban perusahaan terhadap semua pihak yang mendapat efek dari tindakan-tindakan perusahaan.

Adanya teori stakeholder ini memberikan landasan bahwa suatu perusahaan harus mampu memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Manfaat tersebut dapat diberikan dengan cara menerapkan program *Corporate Social Responsibility*. Adanya

program tersebut pada perusahaan diharapkan akan meningkatkan kesejahteraan bagi karyawan, pelanggan, dan masyarakat lokal. Sehingga diharapkan terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan lingkungan sekitar.

B. *Legitimacy Theory*

Hal yang melandasi teori legitimasi adalah kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat di mana perusahaan tersebut beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Perusahaan beroperasi dalam lingkungan eksternal yang berubah secara konstan dan mereka berusaha menyakinkan bahwa perilaku mereka sesuai dengan batas-batas dan norma masyarakat. Teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat.³¹ Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*).³²

Teori legitimasi kaitannya dengan kinerja sosial dan kinerja keuangan adalah apabila jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat (atau sering disebut *legitimacy gap*), maka perusahaan dapat kehilangan legitimasinya, yang selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan. Namun demikian harus diingat bahwa keberadaan dan besarnya *legitimacy gap*

³¹ Ahmad Chariri dan Imam Ghazali, *Teori Akuntansi*, hlm. 412.

³² Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2011, hlm. 87.

bukanlah hal yang mudah untuk ditentukan, yang penting adalah bagaimana perusahaan berusaha memonitor nilai-nilai perusahaan dan nilai-nilai sosial masyarakat dan mengidentifikasi kemungkinan munculnya gap tersebut.³³

Uraian di atas menjelaskan bahwa teori legitimasi merupakan dorongan bagi perusahaan untuk mengungkapkan atau tidak mengungkapkan CSR. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Jadi pengungkapan informasi CSR merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis.

C. *Corporate Social Responsibility*

Revolusi industri pada dekade 19-an, telah mengakibatkan adanya ledakan industri. Di era itu, korporat memandang dirinya sebagai organisasi yang mengeruk keuntungan semata. Kontribusi terhadap komunitas hanya sebatas penyediaan lapangan kerja dan pajak. Padahal komunitas menghendaki lebih dari itu, akibatnya kegiatan ekonomi yang dilakukan korporat telah membawa kerusakan lingkungan yang pemulihan dibebankan pemerintah. Seiring perkembangan teori manajemen, periode 1970-an korporat mulai menyadari pentingnya keberadaan lingkungan eksternal dan internal. Komunitas tidak dianggap sebagai konsumen semata melainkan mitra (*partnership*).³⁴

³³ Ahmad Chariri dan Imam Ghazali, *Teori Akuntansi*, hlm. 413.

³⁴ Reza Rahman, *Corporate Social Responsibility antara Teori dan Kenyataan*, hlm 19.

Trinidads & Tobacco Bureau of Standards mengartikan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen usaha untuk terus bertindak etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara luas. Sedangkan *The World Business Councilfor Susainable Development* (WBCSD) mendefinisikan bahwa CSR adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, mayarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.³⁵

Istilah *Triple Bottom Line* pertama kali dikemukakan oleh John Elkington. Konsep ini merumuskan bahwa keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan tidak semata-mata bergantung pada laba usaha (*profit*), melainkan juga tindakan nyata yang dilakukan perusahaan terhadap masyarakat (*people*) dan lingkungan (*planet*). Hal tersebut dilakukan demi tercipta pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Keadaan masyarakat bergantung pada ekonomi dan keadaan ekonomi bergantung pada masyarakat dan lingkungan bahkan ekosistem global.³⁶

1) *Profit* (Keuntungan Perusahaan)

³⁵Reza Rahman, *Corporate Social Responsibility antara Teori dan Kenyataan*, hlm 10

³⁶Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, hlm 57-59.

Perusahaan harus tetap berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.

2) *People* (Kesejahteraan Manusia/Masyarakat)

Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat. Tanpa masyarakat perusahaan tidak akan mampu menjaga keberlangsungan perusahaan. Maka dari itu perusahaan harus berkomitmen untuk menyisihkan waktu, tenaga, serta finansial untuk masyarakat. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan social bagi warga setempat.

3) *Planet* (Keberlanjutan Lingkungan)

Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Dengan melestarikan lingkungan, bukan hanya perusahaan saja yang disegani tetapi terjamin kesehatan dan kenyamanan lingkungan. Sehingga jika suatu perusahaan tetap ingin bertahan keberadaannya maka tanggung jawab untuk keberlanjutan lingkungan harus diperhatikan.

CSR dikonsepkan sebagai piramid yang terdiri dari empat macam unsur tanggung jawab yang harus dipertimbangkan secara berkesinambungan yaitu:³⁷

³⁷Sinuor Yosephus, *Etika Bisnis Pendekatan Filsafat Moral terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*, Jakarta; Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010, Hlm. 298

a. Tanggung jawab ekonomi (*Economic responsibilities*)

Tanggung jawab ekonomi merujuk pada fungsi utama bisnis yang bersifat profit oriented. Aktivitas ekonomi dalam profit oriented akan bersinergi dengan CSR jika didasari oleh iktikad untuk memberikan price yang memihak pada nasabah, artinya price merupakan representasi dari kualitas dan nilai sebenarnya dari produk (barang ataupun jasa), dll.

b. Tanggung jawab hukum (*Legal responsibilities*)

Saat perusahaan memutuskan untuk menjalankan operasinya di wilayah tertentu maka ia telah sepakat untuk melakukan kontrak sosial dengan segala aspek norma dan hukum yang telah ada maupun yang akan muncul kemudian. Tanggung jawab hukum mengupayakan bahwa perusahaan selalu mematuhi terhadap ketentuan perundang-undangan yang berlaku dan tidak akan melakukan hal yang melawan hukum.

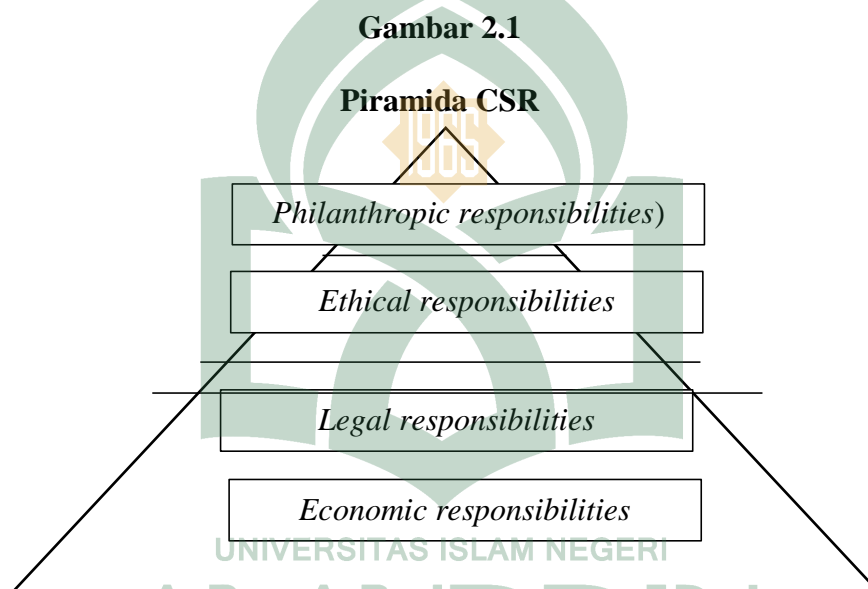
c. Tanggung jawab etis (*Ethical responsibilities*)

Tanggung jawab etis berimplikasi pada kewajiban menyesuaikan segala aktivitas sesuai dengan norma sosial dan etika yang berlaku meskipun tidak tertera dalam bentuk tertulis formal. Tanggung jawab etis ini bertujuan untuk memenuhi standar, norma dan pengharapan dari *stakeholder* terhadap perusahaan. Tanggung jawab etis juga sebuah bentuk korporat yang senantiasa menjunjung kearifan dan adat lokal.

d. Tanggungjawab Filantropis (*Philanthropic responsibilities*)

Tanggung jawab filantropi adalah tanggung jawab terhadap sesama mencakup peran aktif perusahaan dalam memajukan kesejahteraan manusia. Jadi tanggung jawab filantropi didasari oleh iktikad perusahaan untuk berkontribusi pada perbaikan komunitas secara mikro maupun makro sosial.

Terkait dengan implementasi keempat unsur tanggung jawab di atas, dapat digambarkan dalam sebuah *hierarki* sebagai berikut :



Piramida tersebut secara jelas menunjukkan bahwa implementasi CSR masih didominasi oleh tanggung jawab ekonomi (*profit oriented*) sebagai prasyarat agar dapat melakukan CSR yang lain. Setingkat di atas tanggung jawab ekonomi adalah tanggung jawab legal yang menuntut perusahaan menaati hukum yang berlaku. Level selanjutnya yaitu tanggung jawab etis yaitu tanggung jawab terhadap sejumlah peraturan tidak tertulis dengan memperhatikan adat, nilai, kepercayaan, dan sistem yang berlaku.

Perusahaan harus dapat mengedepankan unsur kebenaran, keadilan dan keseimbangan. Level paling tinggi yaitu tanggung jawab filantropi.

Aktifitas filantropi adalah bentuk iktikad baik perusahaan untuk memberikan manfaat bagi komunitas, peningkatan kualitas kehidupan dan taraf kesejahteraan sosial. Pada dasarnya bentuk tanggung jawab usaha bisnis dapat beraneka ragam dari yang bersifat *charity* sampai pada kegiatan yang bersifat pengembangan komunitas (*community development*). *Community Development* adalah kegiatan pembangunan komunitas yang dilakukan secara sistematis, terencana dan diarahkan untuk memperbesar akses komunitas guna mencapai kondisi sosial, ekonomi, lingkungan dan kualitas kehidupan yang lebih baik.³⁸

Maka ada 3 bentuk CSR dari sudut pandang pelaku usaha yaitu:³⁹

- 1) *Public relations*. Yaitu usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga akan tertanam *image* komunitas bahwa perusahaan tersebut hanya melakukan kegiatan sosial, biasanya berbentuk kampanye yang tidak terkait sama sekali dengan produk.
- 2) *Strategi defensive*. Usaha yang dilakukan guna untuk menangkis anggapan negatif komunitas luas yang sudah tertanam pada perusahaan tersebut. Jadi usaha CSR

³⁸Bambang Rudito & Melia Famiola, *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab SosialPerusahaan*, Bandung: Rekayasa Sains, 2007, hlm. 234

³⁹Bambang Rudito & Melia Famiola, *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab SosialPerusahaan*, hlm 210-212

yang dilakukan adalah untuk merubah anggapan negatif dengan mengubah hal yang baru yang bersifat positif.

- 3) Keinginan tulus untuk melakukan kegiatan baik yang merupakan visi perusahaan.

Menurut Saidi dan Abidin, dikutip oleh Edi Suharto menjelaskan bahwa sedikitnya ada empat model atau pola CSR yang umumnya diterapkan di Indonesia, yaitu :⁴⁰

- 1) Keterlibatan Langsung

Perusahaan menjalankan program-program CSR secara langsung, misalnya dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan social atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat secara langsung. Untuk menjalankan tugas ini, perusahaan biasanya menugaskan salah satu pejabat senior dalam bidang CSR, seperti *corporate secretary*, *public affair manager*, atau menjadi bagian dari tugas pejabat *public relation*.

- 2) Melalui yayasan atau organisasi social perusahaan

Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah naungan perusahaan atau *groupnya*. Model ini merupakan adopsi dari model yang diterapkan di perusahaan Negara maju. Dalam hal ini perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin, atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan.

- 3) Bermitra dengan pihak lain

⁴⁰ Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri*, Bandung: Alfabeta, 2009, hlm. 110.

Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kemitraan atau kerjasama dengan lembaga lain. Kerjasama tersebut termasuk dalam mengelola dana CSR maupun ikut melaksanakan kegiatan sosial.

4) Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium

Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota, atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Dibandingkan dengan model lainnya, pola ini lebih memusatkan perhatian pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat “hibah pembangunan”. Pihak konsorsium atau lembaga semacam itu dipercayai oleh perusahaan-perusahaan yang mendukung secara proaktif mencari mitra kerjasama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama.

D. *Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Islam*

Perbuatan tanggung jawab begitu mendasar dalam ajaran=ajaran Islam. Manusia memang memiliki kebebasan dalam berbuat tetapi, juga memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan alam, sosial dan kepada Allah SWT. Jadi, manusia adalah makhluk yang harus memiliki sifat tanggung jawab karena ia memiliki kemampuan untuk memilih secara sadar dalam meraih yang dikehendaki. Dalam perspektif Islam, CSR merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan merupakan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah SWT. Disamping itu, CSR merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam, Allah

adalah pemilik mutlaq (*haqiqiyah*) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah.⁴¹

Maka dengan mengemban amanah, individu maupun kelompok harus dapat menjadi khalifah yang dapat berbuat keadilan, bertanggung jawab dan melakukan perbuatan yang bermanfaat. CSR ternyata selaras dengan pandangan Islam tentang manusia dalam hubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosialnya, dapat dipresentasikan dengan empat aksioma yaitu kesatuan (*tauhid*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*).⁴² Menurut Muhammad Djakfar, Implementasi CSR dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikannya ruh sehingga dapat membedakan CSR dalam perspektif Islam dengan CSR secara universal yaitu:⁴³

1. *Al- adl*

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam hubungan usaha dan kontrak- kontrak serta perjanjian bisnis. Sesuai dalam firman Allah Swt dalam al-Quran Surat Hud ayat 85 telah menegaskan sebagai berikut:

وَيَقَوْمًا وَقُوا الْمَكِيَالَو الْمِيمِزَ انْبِالْقِسْطُو لَا تَبْخَسُو النَّاسَ شَيْئًا هُمْو لَا تَعْتُوْا فِالْأَرْ ضِمْفُسِدِينَ

⁴¹Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, hlm. 160

⁴²Syed Nawab Haidar Naqvi, *Menggagas Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003, hlm. 37

⁴³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007. hlm. 45-48.

Terjemahnya :

“Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan.”(QS. Hud : 85)⁴⁴

Ayat di atas menjelaskan bahwa sifat keseimbangan atau keadilan dalam bisnis adalah ketika perusahaan mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi, dalam lingkungan perusahaan harus tercipta keseimbangan alam dan keseimbangan sosial yang adil.

2. *Al-ihsan*

Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan yang baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok. Ihsan adalah melakukan perbuatan baik, tanpa adanya kewajiban tertentu untuk melakukan hal tersebut. Ihsan adalah *beauty* dan *perfection* dalam sistem sosial. Bisnis yang dilandasi unsur ihsan dimaksudkan sebagai proses niat, sikap dan perilaku yang baik, transaksi yang baik, serta berupaya memberikan keuntungan lebih kepada *stakeholders*. Firman Allah SWT dalam al-Quran Surat al-Baqarah ayat 195 menerangkan:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

⁴⁴ Kementerian Agama RI, hlm. 231.

Terjemahnya :

“Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, Karena Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik”(QS. al-Baqarah : 195)⁴⁵

Ayat di atas menjelaskan bahwa jika orang-orang kaya tidak peduli dengan orang-orang tertindas dan lemah, dan tidak membayar, zakat dan infak, maka sewajarnya bila kesenjangan sosial akan semakin melebar dan akan tercipta berbagai bentuk ketidakamanan dan ketidakadilan dalam masyarakat. Oleh karena itu, infak dan ihsan kepada orang lain akan melahirkan keseimbangan kekayaan, atau bisa disebut dengan pemeliharaan kekayaan dan modal. Implementasi CSR dengan semangat ihsan akan dimiliki ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridho Allah SWT.

3. *Manfaat*

Konsep *ihsan* yang telah di jelaskan di atas seharusnya memenuhi unsur manfaat bagi kesejahteraan masyarakat (internal maupun eksternal perusahaan). Konsep manfaat dalam CSR, lebih dari aktivitas ekonomi. Perusahaan sudah seharusnya memberikan manfaat yang lebih luas dan tidak statis misalnya terkait bentuk *philanthropi* dalam berbagai aspek sosial seperti pendidikan, kesehatan, pemberdayaan kaum marginal, pelestarian lingkungan, dll.

4. *Amanah*

⁴⁵ Kementerian Agama RI, hlm. 30.

Dalam usaha bisnis, konsep amanah merupakan niat dan iktikad yang perlu diperhatikan terkait pengelolaan sumber daya (alam dan manusia) secara makro, maupun dalam mengemudikan suatu perusahaan.⁴⁶ Firman Allah SWT dalam al-Quran Surat an-Nisa ayat 58 menerangkan:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Terjemahnya :

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat”(QS. an-Nisa : 58)⁴⁷

Ayat ini ditujukan untuk semua umat islam yang berhubungan dengan amanah. Amanah tersebut menyangkut hak-hak Allah Swt atas hamba-hamba-Nya. seperti shalat, zakat, puasa, kafarat dan lainnya yang kesemuanya itu amanah yang diberikan tanpa pengawasan hambanya yang lain. Serta amanah yang berupa hak-hak sebagian hamba dengan hamba yang lainnya, seperti titipan. itulah yang diperintahkan Allah untuk ditunaikan. Barang siapa yang tidak melakukannya di dunia maka akan dimintakan pertanggungjawabannya di hari kiamat.

⁴⁶Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi Al-Quran tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002, hlm. 99.

⁴⁷ Kementerian Agama RI, hlm. 87.

Dalam berbisnis perusahaan harus memperhatikan etika bisnis yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad Saw yang harus diteladani oleh manusia pada umumnya dan pelaku ekonomi dan bisnis pada khususnya, yaitu sebagai berikut:

1) *Siddiq* (Kejujuran)

Bersungguh-sungguh bekerja merupakan ciri khas profesional. Namun apa artinya kesungguhan itu jika tidak dibarengi dengan sikap jujur. Kejujuran adalah modal sangat berharga bagi setiap manusia dalam menjalankan seluruh aktivitas kehidupannya. Dalam dunia kerja dan usaha, kejujuran ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketetapan, baik ketetapan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, mengakui kelemahan dan kekurangan untuk kemudian diperbaiki secara terus menerus, serta menjauhkan diri dari berbuat bohong dan menipu.⁴⁸

2) Amanah (Dapat dipercaya)

Salah satu komitmen penting yang harus kita bangun dalam karir hidup kita adalah membangun kepercayaan orang lain. Dalam pandangan Islam, profesionalisme tidak dapat dipisahkan dari amanah. Sebab sifat inilah yang akan selalu membingkai profesionalitas pekerjaan kita agar tetap berada di jalur yang benar. Konsekuensi amanah adalah mengembalikan setiap hak kepada pemiliknya baik sedikit ataupun banyak, tidak mengambil lebih banyak dari yang ia miliki dan tidak mengurangi hak orang lain baik berupa hasil penjualan, *fee*, jasa, maupun *corporate social*

⁴⁸ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2003, hlm. 63.

responsibility, terlebih lagi dalam kerjasama ekonomi, nilai amanah ini adalah salah satu kunci keberhasilan kerjasama tersebut.⁴⁹

3) *Fathonah* (Cerdas dan Bijaksana)

Fathonah berarti mengerti, memahami dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajiban. Sifat ini akan menumbuhkan kreativitas dan kemampuan untuk melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat. Kreatif dan inovatif hanya mungkin dimiliki ketika seorang selalu berusaha untuk menambah berbagai ilmu pengetahuan, peraturan dan informasi baik yang berhubungan dengan pekerjaannya maupun perusahaan secara umum.⁵⁰

4) *Tabliq* (Keterbukaan dan transparansi)

Secara harfiah, *tabliq* bermakna menyampaikan sesuatu apa adanya, tanpa ditutup-tutupi. Dalam konteks bisnis, pemahaman *tabliq* bisa mencakup argumentasi dan komunikasi. Dengan sifat *tabliq* perusahaan harus memaparkan secara jelas dampak-dampak apa saja yang mungkin dirasakan oleh masyarakat setempat dengan adanya aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan.

Dalam perspektif Islam, kebijakan perusahaan dalam mengemban tanggung jawab sosial (CSR) terdapat tiga bentuk implementasi yang dominan yaitu:⁵¹

⁴⁹ Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, Jakarta: Robbani Press, 1997, hlm. 160.

⁵⁰ Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, hlm. 74.

⁵¹ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004, hlm. 63.

- 1) Tangung Jawab Sosial (CSR) terhadap para pelaku dalam perusahaan dan *stakeholder*.

Stakeholder terdiri dari investor atau pemilik, kreditor, pemasok, pelanggan, karyawan, pemerintah dan masyarakat. Islam mendorong terwujudnya hubungan kemitraan antara pelaku bisnis dengan *stakeholders* internal maupun eksternal perusahaan dalam hal kebaikan dan saling menguntungkan.

- 2) Tangung Jawab Sosial (CSR) terhadap lingkungan alam

Bagian utama yang juga harus diperhatikan dalam kaitannya dengan CSR adalah lingkungan alam. Lingkungan alam dapat berupa lingkungan alam biotik ataupun abiotik, baik yang dapat diperbarui maupun tidak dapat diperbarui. Fenomena hujan asam, pemanasan global, teracuninya rantai makanan, kepunahan, perubahan musim adalah sebagai akibat dari perbuatan yang tidak bertanggung jawab. Sehingga, korporat salah satunya perusahaan harus andil terhadap perbaikan lingkungan, ramah lingkungan, serta selalu mendukung dan proaktif dalam pelestarian lingkungan.

- 3) Tangung Jawab Sosial (CSR) terhadap kesejahteraan sosial secara umum.

Selain bertanggungjawab terhadap pihak yang berkepentingan terhadap usahanya dan lingkungan alam, perusahaan juga sudah seharusnya memberikan perhatian terhadap kesejahteraan umum masyarakat. Islam selalu menyeru untuk berbuat kedermawanan terhadap kaum lemah, miskin dan marginal. Islam sangat mendukung terhadap CSR karena tidak dapat dipungkiri bahwa bisnis menciptakan banyak permasalahan sosial, dan perusahaan bertanggung jawab menyelesaikannya.

Bisnis membutuhkan berbagai sumber daya alam untuk kelangsungan usaha, sehingga perusahaan bertanggung jawab untuk memeliharanya. Islam secara tidak langsung menganggap bisnis sebagai entitas yang kewajibannya terpisah dari pemiliknya, adanya CSR akan mengembangkan kemauan baik perusahaan tersebut.⁵² Sejatinya, perusahaan harus dapat menyeimbangkan antara dua kepentingan secara proporsional yaitu kepentingan diri (*corporate*) dan orang lain (*stakeholder*). Antara kepentingan ekonomi dan sosial, sekaligus tuntutan moral yang mengandung nilai kebijakan (*wisdom*) baik dihadapan manusia maupun Allah Swt.

E. *Community Development*

Pengembangan masyarakat itu adalah suatu proses dimana anggota masyarakat pertama-tama mendiskusikan dan menentukan keinginan mereka kemudian merencanakannya dan mengerjakan bersama-sama untuk memenuhi keinginan mereka tersebut. Pengembangan masyarakat juga merupakan suatu gerakan untuk menciptakan sesuatu kehidupan yang lebih baik bagi seluruh masyarakat dengan berpartisipasi aktif dan inisiatif masyarakat itu sendiri.⁵³

Dari definisi tersebut bahwa pengembangan masyarakat itu adalah usaha pembangunan masyarakat yang dilakukan sendiri oleh masyarakat, masyarakat berkumpul memusyawarahkan tentang kebutuhan tersebut, menginvestasikan sesuai dengan tingkat atau derajat kebutuhan itu baik dari segi kepentingan umum maupun

⁵²Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, hlm. 92

⁵³ A. Supardi, *Dakwah Islam Dengan Pengembangan Masyarakat Desa*, Bandung: Madar Maju, 1987, hlm. 24-27.

dari segi lainya. Setelah memusyawarahkan identifikasi kebutuhan serta menginventarisasikannya, maka dilanjutkan untuk membuat perencanaan tentang langkah-langkah yang akan dilaksanakan. Setelah perencanaan dan program selesai disusun maka barulah kemudian sampai kepada pelaksanaan, mengerjakan bersama dengan menggunakan teknis gotong royong.

Community development adalah kegiatan pengembangan masyarakat yang diselenggarakan secara sistematis, terencana, dan diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat guna mencapai kondisi sosial, ekonomi, dan kualitas kehidupan yang lebih baik.⁵⁴ Pada hakikatnya *community development* adalah upaya pemberdayaan yang dilakukan oleh perusahaan, pemerintah dan masyarakat lokal.

Pelaksanaan program *community development* dapat dilakukan dengan siklus pengembangan komunitas yang dimulai dengan prinsip development, yaitu pengembangan konsep, tujuan, dan sasaran program berdasar *community need analysis* atau analisa kebutuhan komunitas.⁵⁵ Dalam melakukan analisis kebutuhan, perusahaan harus bisa memahami apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan masyarakat. Kebutuhan tersebut sifatnya harus jangka panjang dan bukan sementara. Analisis kebutuhan dilakukan dengan cermat, dengan melibatkan tokoh-tokoh masyarakat untuk menggali ide program yang menjadi kebutuhan bersama dan bukan kebutuhan beberapa orang saja.

⁵⁴ Reza Rahman, *Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan*, hlm. 108.

⁵⁵ Reza Rahman, *Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan*, hlm.34.

Langkah selanjutnya adalah melakukan sosialisasi program ke seluruh masyarakat. Sehingga seluruh masyarakat merasa memiliki tanggung jawab terhadap keberhasilan pelaksanaan program perusahaan. Dalam proses sosialisasi tersebut harus dilakukan melalui media dengan pesankomunikasi yang tepat. Program sosialisasi ini merupakan bagian dari aktivitas public relations, termasuk menciptakan strategi komunikasi untuk menjalin relasi dengan masyarakat.

Partisipasi masyarakat sebagai suatu konsep dalam *community development* merupakan sebuah konsep sentral dan prinsip dasar dari *community development*. Peningkatan partisipasi masyarakat merupakan salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat yang berorientasi pada pencapaian hasil pelaksanaan yang dilakukan masyarakat.⁵⁶

Mengapa disini saya lebih memilih pada strategi ini, dikarenakan cara ini memang lebih berhasil diterapkan pada masyarakat petani sawit. Sebab mereka senang dengan adanya bantuan dari pihak pendamping yang mau memperhatikan dan memberikan rangsangan terhadap mereka agar kehidupan mereka menjadi lebih baik lagi.

Adapun tujuan pengembangan masyarakat itu sendiri, sebagaimana diungkapkan oleh Sodang P. Siagian meliputi bermacam-macam tujuan dimensi adalah sebagai berikut:⁵⁷

⁵⁶Jim Ife, *Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi: Community Development*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008, hlm. 294.

⁵⁷ Khoiruddin, *Pengembangan Masyarakat*, Yogyakarta: Liberty, 1992, hlm. 24-27

1. Keadilan sosial.
2. Kemakmuran yang merata.
3. Perlakuan yang sama di mata hukum.
4. Kesejahteraan material, mental dan spiritual.
5. Kebahagiaan untuk semua.
6. Ketentraman dan keamanan

Pendekatan pengembangan masyarakat akan dilaksanakan sangat tergantung pada kondisi masyarakat bersangkutan. Kondisi ini berasal dari sistem budaya masyarakat tersebut. Selanjutnya mempengaruhi cara berpikir dan respon mereka terhadap pengembangan atau pembangunan itu sendiri. Berbagai teori dan pendekatan dalam pengembangan masyarakat, seperti yang diuraikan sebagai berikut:⁵⁸

- 1) Pendekatan sumber daya manusia.

Pendekatan ini mengarah pada sumberdaya manusia yang mengarah kepada peningkatan kualitas manusianya baik fisik dan phikis, atau dengan kata lain pengembangan sumber daya manusia adalah tumbuhnya wiraswasta. Pendekatan ini sesuai di terapkan di negara berkembang karena ada beberapa alasan :

- a) Kondisi penduduk yang kebanyakan adalah unskilled ditinjau dari sudut keterampilan.
- b) Negara sedang berkembang relatif lemah dalam permodalan.

⁵⁸ Edi Suharto, “Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat”, *Kajian Strategi Pembangunan Kesejahteraan Sosial Dan Pekerjaan Sosial Cetakan II*, Bandung: PT. Refika Aditama, 2006, hlm. 42.

- c) Negara sedang berkembang biasanya masih menghadapi masalah ketenagakerjaan yang cukup serius akibat penambahan jumlah angkatan kerja yang cukup besar dan angka kenaikan yang cukup tinggi.

2) Pendekatan *capital oriented*.

Pendekatan yang menitikberatkan pada akumulasi modal sebagai kekuatan pembangunannya. Adapun alasan modal adalah komponen yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi semaksimal mungkin, sehingga modal pembangunannya diarahkan kepada “Capital Intenseve“ (padat modal) dan melahirkan “*Capital Out Put Ration (COR)*” yang sangat populer sebagai modalpembangunan bagi negara maju ataupun negara berkembang.

3) Pendekatan mencukupi kebutuhan dasar.

Pendekatan ini berusaha untuk meningkatkan kebutuhan dasar manusia yang terdiri dari kebutuhan dasar keluarga dan kebutuhan dasar masyarakat yaitu sandang, pangan, papan, pendidikan, agama dan sebagainya.

4) Pendekatan ekonomi islam.

Pendekatan ini lebih mengarahkan kepada usaha-usaha untuk memanfaatkan sumber-sumber alam untuk memenuhi kebutuhan manusia

5) Pendekatan pemerataan atau pertumbuhan.

Model pendekatan ini timbul akibat adanya masalah-masalah yang dijumpai pada pendekatan sebelumnya, yaitu pendekatan pertumbuhan, yakni pertumbuhan tersebut ternyata tidak dapat dinikmati oleh masyarakat bawah. Lapisan masyarakat bawah ini sering tidak dapat memenuhi kebutuhan pokoknya menurut standar bank

dunia dari sinilah timbul istilah yang sangat terkenal yaitu garis kemiskinan yang menunjukkan batas terendah untuk memenuhi kebutuhan pokok manusia.

6) Mengurangi ketergantungan.

Model pendekatan dengan maksud untuk mengurangi ketergantungan dari luar sebenarnya dapat dikatakan bermula dari kesadaran akan potensi yang ada pada diri sendiri.

F. Kesejahteraan Masyarakat

Kesejahteraan masyarakat dapat juga berarti kesejahteraan sosial. Kesejahteraan sosial dalam artian yang sangat luas mencakup berbagai tindakan yang dilakukan manusia untuk mencapai tingkat kehidupan masyarakat yang lebih baik. Menurut Undang-undang No. 11 Tahun 2009, Kesejahteraan Sosial adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya.

Kesejahteraan sosial sebagai suatu kondisi (keadaan) dapat terlihat dari Rumusan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 1974 tentang ketentuan-ketentuan pokok kesejahteraan sosial pasal 2 ayat 1 :

“Kesejahteraan sosial ialah suatu tata kehidupan dan penghidupan sosial materil maupun spirituail yang diliputi oleh rasa keselamatan, kesusilaan, dan ketentraman lahir dan batin, yang memungkinkan bagi setiap warga negara untuk mengadakan usaha pemenuhan kebutuhan-kebutuhan jasmaniah, rohaniah dan sosial yang sebaik-baiknya bagi diri sendiri, keluarga serta masyarakat dengan menjunjung tinggi hak-hak asasi serta kewajiban manusia sesuai dengan Pancasila”

Sedangkan Menurut Suharto, pengertian kesejahteraan sosial sebagai berikut :

“Kesejahteraan sosial adalah suatu institusi atau bidang kegiatan yang melibatkan aktivitas terorganisir yang diselenggarakan baik oleh lembaga lembaga pemerintah maupun swasta yang bertujuan untuk mencegah, mengatasi atau memberikan kontribusi terhadap pemecahan masalah sosial dan peningkatan kualitas hidup individu, kelompok dan masyarakat.”⁵⁹

Penjelasan diatas mengandung pengertian bahwa masalah kesejahteraan sosial tidak bisa ditangani oleh sepihak dan tanpa teroganisir secara jelas kondisi sosial yang dialami masyarakat. Perubahan sosial yang secara dinamis menyebabkan penanganan masalah sosial ini harus direncanakan dengan matang dan berkesinambungan. Karena masalah sosial akan selalu ada dan muncul selama pemerintahan masih berjalan dan kehidupan manusia masih ada.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa kesejahteraan sosial sebagai suatu keadaan dimana digambarkan secara ideal adalah suatu tatanan (tata kehidupan) yang meliputi kehidupan material maupun spiritual, dengan tidak menempatkan satu aspek lebih penting dari lainnya, tetapi lebih mencoba melihat pada upaya mendapatkan titik keseimbangan. Titik keseimbangan adalah keseimbangan antara aspek jasmaniah dan rohaniah, ataupun keseimbangan antara aspek material dan spiritual.

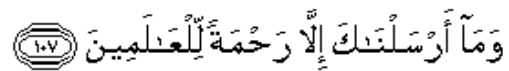
⁵⁹ Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. PT Refika Aditama: Bandung, 2009, hlm. 1.

Dalam memahami realitas tingkat kesejahteraan, pada dasarnya terdapat beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya kesenjangan tingkat kesejahteraan anatara lain:⁶⁰

- 1) Sosial ekonomi rumah tangga atau masyarakat.
- 2) Struktur kegiatan ekonomi sektoral yang menjadi dasar kegiatan produksi rumah tangga atau masyarakat.
- 3) Potensi regional (sumberdaya alam, lingkungan dan insfrastruktur) yang mempengaruhi perkembangan struktur kegiatan produksi.
- 4) Kondisi kelembagaan yang membentuk jaringan kerja produksi dan pemasaran pada skala lokal, regional dan global

Terdapat sejumlah argumentasi baik yang bersifat teologis-normatif maupun rasional-filosofis yang menegaskan tentang betapa ajaran Islam amat peduli untuk mewujudkan kesejahteraan sosial. Pertama, dilihat dari pengertiannya, sejahtera sebagaimana dikemukakan dalam Kamus Besar Indonesia adalah aman, sentosa, damai, makmur, dan selamat (terlepas) dari segala macam gangguan, kesukaran, dan sebagainya. Pengertian ini sejalan dengan pengertian “Islam” yang berarti selamat, sentosa, aman, dan damai. Dari pengertiannya ini dapat dipahami bahwa masalah kesejahteraan sosial sejalan dengan misi Islam itu sendiri. Misi inilah yang sekaligus menjadi misi kerasulan Nabi Muhammad Saw, sebagaimana dinyatakan dalam ayat yang berbunyi :

⁶⁰ Arifin Taslim, *Metode kesejahteraan masyarakat*. IPB: Bogor, 2004, hlm. 2004



Terjemahnya :

“Dan tidaklah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi seluruh alam.” (QS. al-Anbiya : 107)⁶¹

Kedua, dilihat dari segi kandungannya, terlihat bahwa seluruh aspek ajaran Islam ternyata selalu terkait dengan masalah kesejahteraan sosial. Hubungan dengan Allah misalnya, harus dibarengi dengan hubungan dengan sesama manusia (habl min Allâh wa habl min an-nâs). Demikian pula anjuran beriman selalu diiringi dengan anjuran melakukan amal saleh, yang di dalamnya termasuk mewujudkan kesejahteraan sosial.

Selanjutnya, ajaran Islam yang pokok (Rukun Islam), seperti mengucapkan dua kalimat syahadat, shalat, puasa, zakat, dan haji, sangat berkaitan dengan kesejahteraan sosial. Orang yang mengucapkan dua kalimat syahadat adalah orang yang menegaskan komitmen bahwa hidupnya hanya akan berpegang pada petunjuk Allah dan Rasul-Nya. Karena, tidak mungkin orang mau menciptakan ketenangan jika tidak ada komitmen iman dalam hatinya. Demikian pula ibadah shalat (khususnya yang dilakukan secara berjama'ah), juga mengandung maksud agar mau memperhatikan nasib orang lain. Ucapan salam pada urutan terakhir rangkain shalat berupaya mewujudkan kedamaian. Selanjutnya, dalam ibadah puasa seseorang diharapkan dapat

⁶¹ Kementerian Agama RI, hlm. 331.

merasakan lapar sebagaimana yang biasa dirasakan oleh orang lain yang berada dalam kekurangan. Kemudian, dalam zakat juga tampak jelas unsur kesejahteraan sosialnya lebih kuat lagi. Demikian pula dengan ibadah haji, yang mengajarkan seseorang agar memiliki sikap merasa sederajat dengan manusia lainnya.

Ketiga, upaya mewujudkan kesejahteraan sosial merupakan misi kekhalifahan yang dilakukan sejak Nabi Adam As. Seperti diketahui, sebelum Adam dan isterinya diperintahkan turun ke bumi, mereka terlebih dahulu ditempatkan di Surga. Surga diharapkan menjadi arah pengabdian Adam dan Hawa, sehingga bayang-bayang surga itu bisa diwujudkan di bumi dan kelak dihuni secara hakiki di akhirat. Masyarakat yang mewujudkan bayang-bayang surga itu adalah masyarakat yang berkejahteraan. Kesejahteraan surgawi ini dilukiskan antara lain dalam firman-Nya yang berbunyi :

فَقُلْنَا يٰٓاٰدَمُ اِنَّ هٰذَا عَدُوُّكَ وَلِزَوْجِكَ فَلَا يُخْرِجَنَّكَ مِنَ الْجَنَّةِ فَتَشْقَىٰ. اِنَّ لَكَ اَلًا لَا تَجُوعُ فِيْهَا وَلَا تَعْرَىٰ. وَاِنَّكَ لَا تَظْمَأُ فِيْهَا وَلَا تَذْحٰى.

Terjemahnya :

“Hai adam, sesungguhnya ini (Iblis) adalah musuh bagimu dan bagi isterimu, maka sekali-kali jangan sampai ia mengeluarkan kamu berdua dari Surga, yang akibatnya engkau akan bersusah payah. Sesungguhnya engkau tidak akan kelaparan di sini (surga), tidak pula akan telanjang, dan sesungguhnya engkau tidak akan merasakan dahaga maupun kepanasan” (QS.Thaha : 117-119)⁶²

Dari ayat ini jelas bahwa pangan, sandang, dan papan yang diistilahkan dengan tidak lapar dan dahaga, tidak telanjang, dan tidak kepanasan semuanya telah terpenuhi

⁶² Kementerian Agama RI, hlm. 320.

di sana. Terpenuhinya kebutuhan ini merupakan unsur pertama dan utama kesejahteraan sosial.

Keempat, di dalam ajaran Islam terdapat pranata dan lembaga yang secara langsung berhubungan dengan upaya penciptaan kesejahteraan sosial, seperti wakaf dan sebagainya. Semua bentuk pranata dan lembaga sosial berupaya mencari berbagai alternatif untuk mewujudkan kesejahteraan sosial. Namun, suatu hal yang perlu dicatat, berbagai bentuk pranat ini belum merata dilakukan oleh umat Islam dan belum pula efektif dalam mewujudkan kesejahteraan sosial. Hal ini mungkin disebabkan belum munculnya kesadaran yang merata serta pengelolaannya yang baik. Untuk itulah, saat ini pemerintah melalui Departemen Agama membentuk semacam Lembaga Amil Zakat (LAZ) tingkat nasional. Perusahaan dan juga perbankan mempunyai program CSR untuk konsep kesejahteraan masyarakat. Berhasilkah konsep ini dalam mewujudkan kesejahteraan sosial, amat bergantung pada partisipasi kita.

Selain itu, ajaran Islam menganjurkan agar tidak memanjakan orang lain atau membatasi kreativitas orang lain, sehingga orang tersebut tidak dapat menolong dirinya sendiri. Bantuan keuangan baru boleh diberikan apabila seseorang ternyata tidak dapat memenuhi kebutuhannya. Ketika seseorang datang kepada Nabi Saw. mengadukan kemiskinannya, Nabi Saw. tidak memberinya uang, tetapi kapak agar digunakan untuk mengambil dan mengumpulkan kayu. Dengan demikian, ajaran Islam tentang kesejahteraan sosial ini termasuk di dalamnya ajaran yang mendorong orang untuk kreatif dan bersikap mandiri, tidak banyak bergantung pada orang lain.

G. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kesejahteraan Masyarakat

CSR adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.⁶³ Kualitas hidup adalah kondisi atau tingkat pemenuhan kebutuhan dasar manusia atau masyarakat untuk hidup layak atau lebih dari layak. Maka, dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh terhadap persepsi kesejahteraan masyarakat.

Menurut hasil penelitian Andi Mapisangka (2009) bahwa, CSR dalam Corporate Relations Program PT BIC dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat. Hal ini dapat dijelaskan karena strategi implementasi CSR perusahaan merupakan respon atas kebutuhan riil masyarakat atas pemenuhan kebutuhan hidupnya. Penjelasan tersebut didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Hendrik Budi Untung yakni kontribusi CSR dalam pembangunan ekonomi masyarakat adalah dengan melibatkan seluruh komponen masyarakat dalam kegiatan CSR perusahaan. Kemiskinan sudah menjadi musuh bersama yang harus ditanggulangi oleh semua pihak. Untuk melaksanakan hal tersebut terdapat tiga pilar utama yang harus diperhatikan yaitu : pertama, format CSR yang sesuai dengan nilai lokal masyarakat; kedua, kemampuan diri perusahaan terkait dengan kapasitas SDM dan institusi, dan ketiga adalah peraturan dan kode etik dalam dunia usaha. Berdasarkan

⁶³Reza Rahman, *Corporate Social Responsibility antara Teori dan Kenyataan*, hlm 10

pada integrasi ketiga pilar tersebut, masyarakat akan dapat dibangun kemampuan dan kekuatannya dalam memecahkan permasalahan yang mereka hadapi dalam pencapaian kesejahteraan hidup yang lebih baik.⁶⁴

H. *Penguatan Community Development terhadap Kesejahteraan Masyarakat*

Community Development adalah upaya yang dilakukan oleh profesional dan penduduk setempat untuk meningkatkan ikatan sosial diantara anggota masyarakat, meningkatkan motivasi warga masyarakat agar mampu menolong diri mereka sendiri, mengembangkan tanggung jawab kepemimpinan lokal, dan menciptakan atau merevitalisasi institusi lokal. Metode pengembangan masyarakat merupakan sebuah metode yang di dalamnya menggunakan prinsip-prinsip partisipasi masyarakat untuk mensejahterakan kehidupan masyarakat, bukan hanya dari sisi ekonomi saja, namun dari sisi sosial dan budayanya. Mengembangkan potensi yang dimiliki masyarakat adalah tujuan dari *Community Development* yang dimana masyarakat dapat mengetahui potensinya, kemudian masyarakat bisa mengakses sistem sumber yang diperlukannya. Kegiatan tersebut tidak lepas dari pengorganisasian masyarakat untuk membuat gerakan atau tim inti serta menyusun pelaksana perubahan dari masyarakat sendiri.

Hal ini juga menyangkut tentang kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah agar masyarakat bisa menterjemahkan setiap kebijakan sosial atau bantuan sosial bukan sebagai hal yang membuat masyarakat bergantung dan tidak bisa berkembang

⁶⁴ Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, hlm 35.

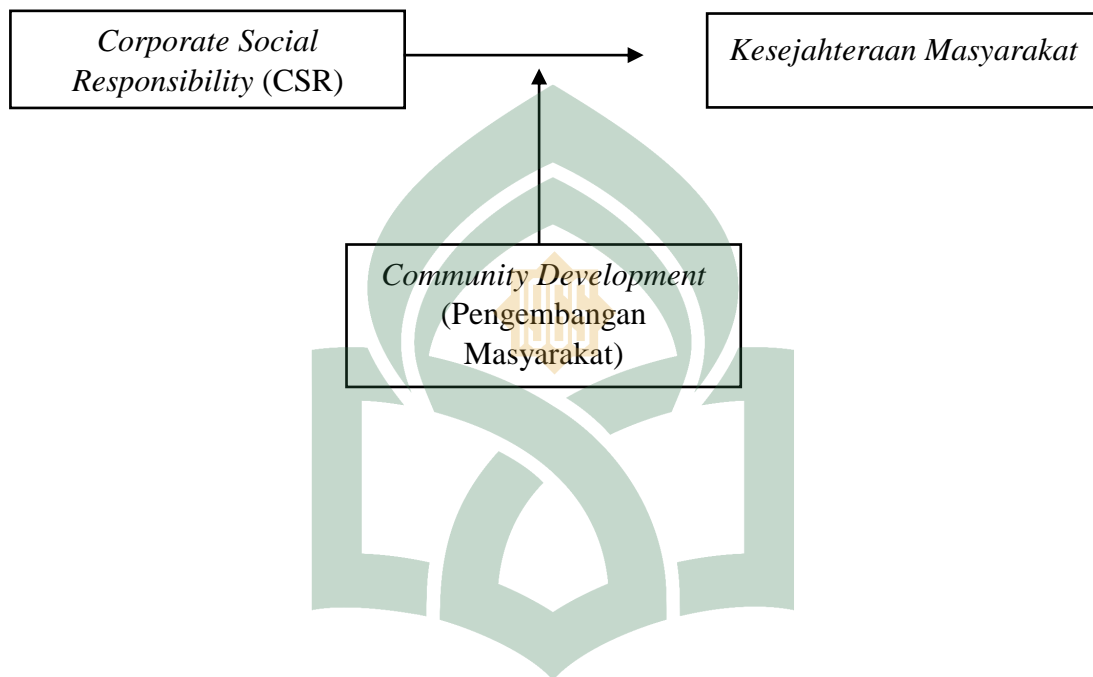
sendiri. Tentu saja diperlukan program yang didalamnya membuat masyarakat bisa mengatur dan mengorganisasikan masyarakatnya sendiri agar program tersebut sejalan dengan kebutuhan masyarakat.⁶⁵

I. Kerangka Pikir Teoritis

Pada penelitian sebelumnya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Khusnul Fauziyah yang berjudul pengaruh implementasi corporate social responsibility PT. Ledo Lestari terhadap kesejahteraan masyarakat sekitarnya. CSR sebagai variabel independen dan kesejahteraan masyarakat sebagai variabel dependen dan menggunakan analisis regresi linier sederhana maka hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR memberikan pengaruh yang positif terhadap kesejahteraan masyarakat di sekitar PT. Ledo Lestari.

Namun saat ini, peneliti akan menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* Perspektif Islam (X) terhadap kesejahteraan masyarakat (Y) dengan penguatan *Community development* (pengembangan masyarakat) (Z). Pada penelitian ini menggunakan variabel moderator untuk mengetahui apakah program *Community Development* memperkuat pengaruh CSR terhadap kesejahteraan masyarakat ataukah justru memperlemah hubungan tersebut. Maka kerangka pikir teoritis dalam penelitian ini dapat disajikan dalam gambar 2.2 berikut:

⁶⁵Isbandi Rukminto Adi, *Intervensi Komunitas & Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan*, hlm. 50.

Gambar 2.2**Kerangka Pikir Teoritis**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif karena memandang bahwa realitas atau fenomena dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Penelitian ini dilakukan pada populasi dan sampel tertentu yang *representatif*. Proses penelitian bersifat deduktif karena untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat merumuskan hipotesis. Hipotesis tersebut selanjutnya diuji melalui pengumpulan data di lapangan.⁶⁶

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan korelasional. Pendekatan jenis ini bertujuan untuk mengetahui ada dan tidaknya hubungan antara dua variabel atau beberapa variabel.⁶⁷ Adapun variabel penelitian ini adalah variabel bebas yaitu *Corporate Social Responsibility* Perspektif Islam, variabel terikat Kesejahteraan Masyarakat dan variabel moderasi *Community Development*.

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Surya Raya Lestari II yang berlokasi di Provinsi Sulawesi Barat tepatnya di Kecamatan Budong-budong, Kabupaten Mamuju Tengah

⁶⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung : Alfabeta, 2013, hlm. 14.

⁶⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2013, hlm 239.

B. *Sumber Data*

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data terbagi menjadi dua bagian yaitu data primer dan data sekunder. Data primer menurut Sugiyono adalah data yang diperoleh secara langsung meliputi dokumen – dokumen perusahaan berupa sejarah perkembangan perusahaan, struktur organisasi dan lain-lain yang berhubungan dengan penelitian.⁶⁸ Sedangkan data primer menurut Arikunto adalah data yang dikumpulkan melalui pihak pertama, biasanya dapat melalui wawancara, jejak pendapat dan lain-lain.⁶⁹

Dalam penelitian data primer ini didapat dari hasil pengisian kuesioner oleh masyarakat yang mendapatkan CSR dari perusahaan. Selain menggunakan data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.

C. *Populasi dan Sampel*

1. Populasi

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁷⁰ Populasi dalam

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, hlm 137.

⁶⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, hlm. 172

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, hlm 80.

penelitian ini adalah masyarakat sekitar perusahaan PT. Surya Raya Lestari II, Kec. Budong-budong, Kab. Mamuju Tengah, Prov. Sulawesi Barat yang mendapatkan bantuan CSR dalam bentuk *Community Development* (pengembangan masyarakat). Berdasarkan data yang diperoleh masyarakat yang mendapatkan bantuan CSR per tahun sebanyak 340 kelompok tani.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁷¹ Tujuan menggunakan sampel dalam penelitian ini adalah untuk mempermudah peneliti dalam menganalisis data. Ukuran sampel dari suatu populasi dapat menggunakan bermacam-macam cara, salah satunya adalah dengan menggunakan teknik *Slovin* dengan rumus sebagai berikut:⁷²

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \dots\dots\dots (3.1)$$

$$n = \frac{340}{1 + 340(0,1)^2} \dots\dots\dots (3.2)$$

$$n = \frac{340}{4.40} \dots\dots\dots (3.3)$$

$$n = 77,27 \text{ (dibulatkan menjadi 77 orang)}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran Populasi

e : Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan sampel yang di

⁷¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, hlm 81.

⁷²Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008, hlm. 141.

dapat ditolerir ($e = 0,1$)

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membelikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁷³ Kuesioner penelitian ini terdiri dari dua bagian utama. Bagian pertama adalah identitas diri yang menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, masa jabatan, dan lama keterlibatan dalam penyusunan anggaran. Bagian kedua berupa pengukuran variabel operasional yang berisi serangkaian pertanyaan untuk mengukur variabel-variabel penelitian.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode distribusi langsung (*direct distribution method*), yaitu mendatangi para responden secara langsung untuk menyerahkan ataupun mengumpulkan kembali kuesioner.

E. Metode Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

⁷³ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT Raja grafindo Persada, 2001, hlm. 173.

Statistik deskriptif dimaksudkan untuk mengetahui karakteristik dan tanggapan responden terhadap item-item pertanyaan pada kuesioner.⁷⁴

F. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuosioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuesiner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.⁷⁵ Pengujian signifikan dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikan 0,05. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item dapat dinyatakan tidak valid. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item dinyatakan valid. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan computer program *SPSS versi 24.0 for windows*.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur tingkat konsistensi instrumen penelitian.⁷⁶ Dalam penelitian ini diuji melalui Analisis Faktor Konfirmatori, dan jika nilai *Cronbach's alpha* lebih besar atau sama dengan 0.60 berarti instrument tersebut reliabel.

G. Uji Asumsi Klasik

⁷⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, hlm 134.

⁷⁵Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, Semarang: Undip, 2013, hlm 52.

⁷⁶Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, hlm. 47.

Uji asumsi klasik merupakan syarat yang harus dipenuhi pada analisis regresi yang berbasis *Ordinary Least Square* (OLS). Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian supaya hasilnya BLUE atau *Best Linear Unbiased Estimator*.⁷⁷ Uji pada penelitian ini hanya uji normalitas, uji multikolonieritas dan heterokedastisitas. Uji autokorelasi tidak dilakukan pada model regresi karena data pada penelitian ini berupa data cross section seperti kuesioner. Pada penelitian ini pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa di dalam model regresi yang digunakan tidak terdapat heterokedastisitas dan nilai residual data yang dihasilkan berdistribusi normal

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang dibuat berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi residual yang normal atau mendekati normal.⁷⁸ Terdapat beberapa cara untuk menguji normalitas data yaitu dengan *histogram*, *normal probability plot*, dan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Pengujian normalitas data pada penelitian ini menggunakan *normal probability plot* dan *Histogram*. Data dikatakan normal jika titik –titik data mengikuti disekitar garis diagonal.

2. Uji Multikolonieritas

⁷⁷Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, hlm.110.

⁷⁸Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, hlm 111.

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Multikolonieritas dapat dilihat dari nilai Tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai cutoff yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai Tolerance $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 .⁷⁹

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pada penelitian ini, metode statistik yang digunakan untuk menentukan model terbebas dari masalah heterokedastisitas adalah uji park.⁸⁰

H. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi

Alat uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode statistik regresi linear dan uji nilai selisih mutlak yang merupakan aplikasi spesifik dari multiple linear regression. Metode regresi linear digunakan untuk menguji hipotesis 1 dan metode uji nilai selisih mutlak digunakan untuk menguji hipotesis 2.

Hipotesis 1, diuji dengan menggunakan regresi linear sederhana, yaitu :

⁷⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Semarang: Undip, 2016, hlm 103-104.

⁸⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, hlm 134.

$$Y_0 = b_0 + b_1X_1 + e \dots\dots\dots \text{(persamaan 1)}$$

Hipotesis 2, diuji dengan menggunakan uji nilai selisih mutlak, yaitu:

$$Y_0 = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3 | X_1 - X_2 | + e \dots\dots\text{(persamaan 2)}$$

Dimana :

Y_0 : Kesejahteraan Masyarakat

X_1 : CSR Perspektif Islam

X_2 : *Community Development*

$| X_1 - X_2 |$: interaksi antara *Community Development* dengan CSR Perspektif Islam partisipasi

2. Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas, namun apabila nilai R^2 mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel independen. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi (R^2) adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.⁸¹

⁸¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, hlm 114

3. Uji Statistik F

Uji F dikenal dengan Uji serentak atau uji Model/Uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimana variabel independen merupakan variabel yang signifikan sebagai penjelas variabel dependen. Pengujian Uji F atau Uji Annova dapat dilakukan dengan dua cara yaitu :⁸²

- 1) Membandingkan F hitung dengan F tabel, jika F hitung > dari F tabel, (Ho di tolak Ha diterima) namun jika F hitung < F tabel (Ho diterima Ha ditolak).
- 2) Pengujian Uji F juga dapat dilakukan dengan menggunakan SPSS dengan metode enter/full model dapat dilihat dalam kolom signifikansi pada Anova, model signifikan terlihat pada kolom signifikansi bila hasil signifikansi < Alpha (dengan derajat 5%) maka model tersebut dapat dijadikan sebagai peramalan atau forecasting.

4. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi individual atau untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel dependen dan variabel moderating terhadap pengungkapan sosial. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai signifikan dari masing-masing variabel, dengan nilai signifikan < 0,05.⁸³

⁸² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, hlm 115

⁸³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, hlm 116.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. *Gambaran Umum Perusahaan*

1. Profil Perusahaan

PT Surya Raya Lestari II adalah salah satu anak perusahaan dari perusahaan PT Astra Argo Lestari, Tbk dimana perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan sawit terbesar di Sulawesi. PT Surya Raya Lestari II bergerak di bidang perkebunan khususnya perkebunan kelapa sawit yang mengolah kelapa sawit menjadi CPO (Crude Palm Oil) kemudian diolah menjadi minyak mentah kelapa sawit dan didistribusikan /dikirim sesuai dengan tujuan tender marketing pusat.

Perusahaan ini memiliki luas lahan perkebunan yang dikelola adalah 4.500 ha. Dengan lahan seluas tersebut maka perusahaan ini memiliki kelompok petani binaan dari beberapa desa di sekitar wilayah perkebunan kelapa sawit tersebut yang bekerja sebagai pengelola lahan tersebut dan sebagai buruh tani perkebunan. Wilayah persebaran kelompok tani binaan PT. Suryaraya Lestari II adalah sebagai berikut :
sumber (Company Profile PT. Suryaraya Lestari 2) :

- 1) Desa Pontanakayang
- 2) Salogatta
- 3) Waiputeh
- 4) Tobadak I
- 5) Tobadak II
- 6) Tobadak III

7) Tangkau

Untuk kelancaran aktivitas perusahaan dalam pengelolaan perkebunan maka, PT Suryaraya lestari II telah diprkuat legalitas perusahaan dari beberapa elemen yang bersangkutan. Beberapa bukti legalitas perusahaan adalah sebagai berikut (Company Profile PT. Suryaraya Lestari II) :

- 1) Ijin lokasi : No.460.12.19.53.14/1995 Tanggal 16 Oktober 1995 diperpanjang : No.460.12.19.53.19/1997 Tanggal 7 April 1997.
- 2) Akte Pendirian Perusahaan : No.65 Tanggal 27 November 2003.
- 3) Sk Pengesahan Badan Hukum : No.C2.778.HT.01.01.Th.91 Tanggal 8 November 1991.
- 4) Lahan : No. 1093/DJ/I/1983 Tanggal 8 Maret 1983.
- 5) Ijin Prinsip : No. 1093/DJ/I/1983 Tanggal 8 Maret 1983.
- 6) BA Tata Batas : Disahkan Tanggal 22 Desember 1988.
- 7) SK. Pelepasan : No. 583/Kpts.II/1988 Tanggal 22 Desember 1988.

2. Struktur Organisasi Perusahaan

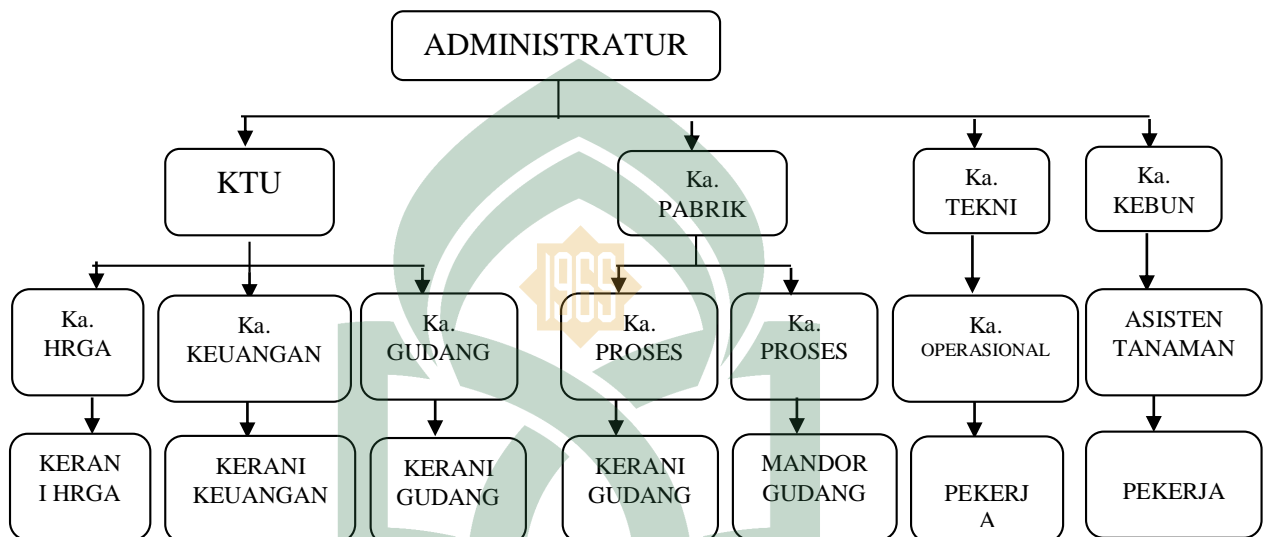
Struktur organisasi merupakan bagian sistematis yang menunjukkan kedudukan atau jenjang yang telah ditentukan untuk menunjukkan gambaran hubungan tugas dan tanggung jawab, fungsi dan wewenang dari masing-masing individu atau bagian sehingga pekerjaan dapat dilaksanakan dengan baik.

Dengan struktur organisasi dapat diketahui tugas, wewenang dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam organisasi, sehingga memudahkan pemimpin

untuk mengawasi bawahannya serta untuk pencapaian tujuan yang telah ditetapkan bersama.

Gambar 4.1

Struktur Organisasi PT Surya Raya Lestari II



3. Visi dan Misi PT. Surya Raya Lestari II

PT. Surya Raya Lestari II memiliki visi dan misi perusahaan yang harus diterapkan oleh semua karyawannya yang bertujuan untuk memajukan perusahaan.

Visi : *Menjadi perusahaan agribisnis yang paling produktif dan inovatif di dunia.*

Misi : *Menjadi panutan dan berkontribusi bagi pembangunan dan kesejahteraan bangsa.*

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Kuesioner yang disebarkan untuk menguji dengan menggunakan analisis faktor adalah sebanyak 77 responden. Kuesioner sebagian besar disebar di kelompok tani yang ada di Tobadak, Waeputeh, Salugatta dan Pontanakayyang. Berikut ini penjelasan mengenai identitas responden

a. Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner untuk 77 responden, profil responden dilihat dari jenis kelaminnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Proporsi Responden berdasarkan jenis kelamin

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	63	81,8
Perempuan	14	18,2
Total	77	100

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden didominasi oleh jenis kelamin laki-laki sebesar 63 orang atau 81.8% sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebesar 14 orang atau 18,2% dari 77 responden.

b. Penghasilan/bulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner untuk 77 responden, profil responden dilihat dari penghasilan/bulan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Proporsi Responden Berdasarkan Penghasilan/Bulan

Keterangan	Frekuensi	Persentase
100.000-500.000	0	0
600.000-1.000.000	0	0
1.500.000-5.000.000	7	9,1
>5.000.000	70	90,9
Total	77	100

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 77 responden, penghasilan responden didominasi dengan penghasilan >5.000.000 persentase sebesar 90,9%, kemudian diikuti dengan pendapatan 1.500.000-5.000.000 sebesar 9,1%.

c. Umur

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner untuk 77 responden, profil responden dilihat dari umurnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Proporsi Responden Berdasarkan Umur

Keterangan	Frekuensi	Persentase
13-20 Tahun	3	4
21-30 Tahun	29	37,6
31-40 Tahun	25	32,4
41-50 Tahun	20	26
>50 Tahun	-	0
Total	77	100

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2017

Hasil pengelompokan responden berdasarkan umur pada Tabel 4.3 menunjukkan usia responden paling banyak adalah antara 21-30 tahun yaitu sebanyak 29 orang (37,6%). Sebanyak 25 orang (32,4%) responden dengan usia antara 31-40 tahun, sebanyak 20 orang (26%) responden dengan usia 41-50 tahun dan sebanyak 3 orang (4%) responden dengan usia 13-20 tahun.

d. Banyaknya Mendapatkan CSR

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner untuk 77 responden, profil responden dilihat dari berapa kali mendapatkan CSR adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Proporsi Responden berdasarkan Banyaknya Mendapatkan CSR

Keterangan	Frekuensi	Presentase
1 Kali	0	0
2 Kali	0	0
3 Kali	15	19,5
>3 Kali	62	80,5
Total	77	100

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.4 diatas apat diketahui bahwa responden mendapatkan CSR >3 kali sebanyak 62 orang (80,5%), sebanyak 15 orang (19,5%) responden mendapatkan CSR 3 kali (19,5%)..

2. Analisis Deskriptif

a. Analisis Deskriptif Variabel

Statistik deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Tabel 4.5

Statistik Deskriptif Variabel

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR Perspektif Islam	77	13,00	24,00	18,8182	2,77549
Community Development	77	14,00	24,00	18,5844	2,63254
Kesejahteraan Masyarakat	77	14,00	25,00	19,4416	2,62825
Valid N (listwise)	77				

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 24, 2017

Tabel 4.18 menunjukkan statistik deskriptif dari masing-masing variabel. Jika dilihat pada tabel di atas variabel CSR Perspektif Islam memiliki rata-rata 18,81 yang

menunjukkan kecenderungan secara umum bahwa para responden menyadari bahwa pentingnya peran CSR Perspektif Islam dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat, dengan nilai rata-rata (*mean*) hampir mendekati nilai tertinggi (*maximum*).

Variabel *Community Development* memiliki nilai rata-rata 18,58 yang menunjukkan kecenderungan secara umum bahwa para responden menyadari bahwa pentingnya pengembangan masyarakat dalam bentuk pembinaan petani dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat, dengan nilai rata-rata (*mean*) hampir mendekati nilai tertinggi (*maximum*).

Sedangkan variabel Kesejahteraan Masyarakat menunjukan nilai rata-rata 19,44 yang menunjukkan kecenderungan secara umum bahwa kesejahteraan para kelompok tani binaan PT Surya Raya Lestari II di Sulawesi Barat cukup baik, dengan nilai rata-rata (*mean*) hampir mendekati nilai tertinggi (*maximum*).

b. Analisis Deskriptif Pernyataan

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah CSR Perspektif Islam, *Community Development* dan Kesejahteraan Masyarakat. Distribusi frekuensi atas jawaban responden dari hasil tabulasi skor data. Rumus yang digunakan yaitu:

$$C = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Hasil perhitungan rentang skala menunjukkan nilai 0,8 dengan demikian rentang skala 0,8 tersebut dapat dijelaskan nilai numeriknya sebagai berikut:

Tabel 4.6

Ikhtisar Rentang Skala Variabel

Rentang	CSR Perspektif	Community	Kesejahteraan
	Islam	Development	Masyarakat
$1 \leq X < 1,80$	SR	SR	SR
$1,81 \leq X < 2,60$	R	R	R
$2,61 \leq X < 3,40$	S	S	S
$3,41 \leq X < 4,20$	T	T	T
$4,21 \leq X < 5$	ST	ST	ST

Keterangan: SR : Sangat Rendah T : Tinggi
 R : Rendah ST : Sangat Tinggi
 S : Sedang

1) Analisis Deskriptif Variabel CSR Perspektif Islam

Analisis deskriptif CSR Perspektif Islam terdiri dari 5 item pernyataan, nilai rata-rata hasil pernyataan responden dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.7
Deskriptif Item Pernyataan Variabel CSR Perspektif Islam (X)

Item Pernyataan	Frekuensi dan Presentase					Mean	Ket
	STS	TS	KS	S	SS		
X.P1	1	5	25	30	16	3,71	T
	1,3%	6,5%	32,5%	39,0%	20,8%		
X.P2		5	22	37	13	3,75	T
		6,5%	28,6%	48,1%	16,9%		
		6	29	27	15	3,66	

XP3	7,8%	37,7%	35,1%	19,5%		T
XP4	4 5,2%	29 37,7%	26 33,8%	18 23,4%	3,66	T
XP5	22 28,6%	38 49,4%	17 22,1%		3,94	T
Rata-rata Keseluruhan					3,74	

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2017

Dari tabel 4.7 dapat diketahui bahwa dari 77 responden yang diteliti, secara umum persentasi responden terhadap item-item pernyataan pada variabel CSR Perspektif Islam (X) berada pada daerah tinggi dengan skor 3,74. Hal ini berarti bahwa responden yang ada dalam penelitian ini memberikan persepsi yang cukup baik terhadap CSR Perspektif Islam. Pada variabel CSR Perspektif Islam (X) memiliki nilai indeks tertinggi 3,94% menunjukkan bahwa perusahaan bertanggung jawab atas setiap resiko yang ditimbulkan oleh kegiatan operasional perusahaan

2) Analisis Deskriptif Variabel *Community Development* (M)

Analisis deskriptif CSR Perspektif Islam terdiri dari 5 item pernyataan, nilai rata-rata hasil pernyataan responden dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.8

Deskriptif Item Pernyataan Variabel *Community Development* (M)

Item Pernyataan	Frekuensi dan Presentase					Mean	Ket
	STS	TS	KS	S	SS		
MP1	1 1,3%	3 3,9%	28 28,6%	27 49,4%	18 23,4%	3,75	T

M.P2		5	28	31	13	3,68	T
		6,5%	36,4%	40,3%	16,9%		
M.P3	1	4	29	29	14	3,66	T
	1,3%	5,2%	37,7%	37,7%	18,2%		
M.P4			24	37	16	3,90	T
			31,2	48,1%	20,8%		
M.P5		4	34	28	11	3,60	T
		5,2%	44,2%	36,4%	14,3%		
Rata-rata Keseluruhan						3,71	

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 77 responden yang diteliti, secara umum persentasi responden terhadap item-item pernyataan pada variabel *Community Development* (M) berada pada daerah tinggi dengan skor 3,71. Pada variabel *Community Development* (M) memiliki nilai indeks tertinggi 3,90% menunjukkan bahwa community development perusahaan memiliki program pembinaan petani yang baik bagi masyarakat setempat.

3) Analisis Deskriptif Variabel Kesejahteraan Masyarakat (Y)

Analisis deskriptif Kesejahteraan Masyarakat terdiri dari 5 item pernyataan, nilai rata-rata hasil pernyataan responden dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.9

Deskriptif Item Pernyataan Variabel Kesejahteraan Masyarakat (Y)

Item Pernyataan	Frekuensi dan Presentase					Mean	Ket
	STS	TS	KS	S	SS		
			22	38	17	3,94	

Y.P1		28,6%	49,4%	22,1%		T
Y.P2		22	38	17	3,94	T
		28,6%	49,4%	22,1%		
Y.P3		4	29	26	3,75	T
		5,2%	37,7%	33,8%		
Y.P4		1	22	36	3,92	T
		1,3%	28,6	46,8%		
Y.P5		24	37	16	3,90	T
		31,2%	48,1%	20,8%		
Rata-rata Keseluruhan					3,89	

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari 77 responden yang diteliti, secara umum persentasi responden terhadap item-item pernyataan pada variabel *Community Development* (M) berada pada daerah tinggi dengan skor 3,89. Hal ini berarti bahwa responden yang ada dalam penelitian ini memberikan persepsi sangat baik terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pada variabel Kesejahteraan Masyarakat (Y) memiliki nilai indeks tertinggi 3,94% menunjukkan bahwa masyarakat merasakan manfaat langsung dari program CSR perusahaan dan juga kemampuan petani meningkat setelah adanya program CSR berupa pembinaan petani.

3. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian angket yang peneliti gunakan untuk memperoleh data dari para responden. Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah :

- 1) Jika Nilai Rhitung lebih besar dari nilai Rtabel, maka angket tersebut dinyatakan valid, dan
- 2) Jika Nilai Rhitung lebih kecil dari nilai Rtabel, maka angket tersebut dinyatakan tidak valid

Untuk mengetahui data tersebut valid atau tidak valid ,terlebih dahulu tentukan nilai R dari data tersebut. Cara menentukan nilai R, adalah :

$$Df = N - 2$$

Dimana;

Df= Degree of freedom N= Sampel, maka

Nilai R tabel pada penelitian ini adalah **0.2242**

Tabel 4.10

Hasil Pengujian Validitas

NO	Variabel/Indikator	r Hitung	R Tabel	Keterangan
CSR Perspektif Islam (X1)				
1	X.1	0.421	0.2242	Valid
2	X.2	0.558	0.2242	Valid
3	X.3	0.387	0.2242	Valid

4	X.4	0.326	0.2242	Valid
5	X.5	0.471	0.2242	Valid
Community Development (M)				
6	M.1	0.457	0.2242	Valid
7	M.2	0.411	0.2242	Valid
8	M.3	0,378	0,2242	Valid
9	M.4	0.278	0.2242	Valid
10	M.5	0.383	0.2242	Valid
Kesejahteraan Masyarakat (Y)				
11	Y.1	0.707	0.2242	Valid
12	Y.2	0.707	0.2242	Valid
13	Y.3	0.390	0.2242	Valid
14	Y.4	0.329	0.2242	Valid
15	Y.5	0.392	0.2242	Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2017

Tabel 4.10 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing indikator terhadap total skor konstruk dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dapat dilihat bahwa keseluruhan item variabel penelitian mempunyai r hitung $>$ r tabel, sehingga dapat dikatakan bahwa keseluruhan item variabel penelitian adalah valid untuk

digunakan sebagai instrument dalam penelitian atau pernyataan yang diajukan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

b. Uji Reliabilitas

Dalam statistik SPSS Uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui tingkat kekonsistensian angket yang digunakan oleh peneliti sehingga angket tersebut dapat diandalkan, walaupun penelitian dilakukan berulang kali dengan angket yang sama.

Tabel 4.11
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Items
CSR Perspektif Islam (X)	0.673	5
Community Development (M)	0.628	5
Kesejahteraan Masyarakat (Y)	0.730	5

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu lebih dari atau sama dengan 0.60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang dibuat berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi residual yang normal atau mendekati normal. Hasil perhitungan uji normalitas residual dari persamaan taksiran yang diperoleh menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Undstandardized Residual		
N		77
Normal Paramaters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.53013185
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.060
Test Statistic		.073
Asymp.Sig.(2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is normal

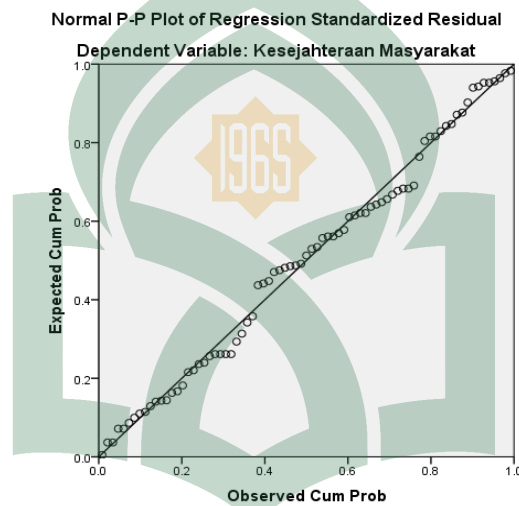
b. Calculated from data

Hasil perhitungan uji normalitas berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan nilai *p-value* (nilai sig) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 yang artinya bahwa nilai residual

dari model regresi berdistribusi normal. Normalitas nilai residual juga terlihat dari penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik P-P Plot. Dasar pengambilan keputusan adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.2

Grafik P-Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Output SPSS 24, 2017

Hasil grafik P-Plot di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi dapat dinyatakan berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieitas menunjukkan kondisi variabel bebas dalam model regresi yang saling berkorelasi sempurna. Hal ini menjadikan persamaan regresi yang diperoleh tidak tepat dalam menjelaskan pengaruh X terhadap Y. Ada tidaknya multikolonieritas dapat dilihat dari nilai Tolerance $\leq 0,10$ dan nilai VIF ≥ 10 .

Tabel 4.13

Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.477	1.359		
CSR Perspektif Islam (X)	.533	.087	.548	1.824
<i>Community Development</i> (M)	.320	.091	.548	1.824

a. Dependent Variabel: Kesejahteraan Masyarakat

Sumber: Output SPSS 24, 2017

Tabel 4.13 menunjukkan hasil perhitungan nilai Tolerance menunjukkan tidak ada variabel yang memiliki nilai Tolerance kurang dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95%. Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang menunjukkan hal yang sama, tidak ada satu variabel yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan melalui uji Park.

Tabel 4.14

Uji Park

Coefficients^a					
		Unstandardized		Standardized	t
		Coefficients		Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	Sig.
	(Constant)	3.701	5.619		.659
1	LnX	1.664	2.359	.112	.705
	LnM	-3.115	2.525	-.196	.234

a. Dependent Variabel: Lnei2

Sumber: Output SPSS 24, 2017

Hasil output SPSS pada tabel 4.14 menunjukkan bahwa koefisien parameter untuk semua variabel tidak ada yang signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas.

5. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Regresi Sederhana Hipotesis Penelitian H₁

Pengujian hipotesis H₁ dilakukan dengan analisis regresi linier sederhana pengaruh CSR Perspektif Islam terhadap Kesejahteraan Masyarakat. Hasil pengujian tersebut ditampilkan dalam tabel berikut.

Tabel 4.15**Uji Koefisien Determinasi (R^2)****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	.778 ^a	.605	.600	1.663

a. Predictors: (Constant), CSR Perpsektif Islam

Sumber: Hasil pengolahan SPSS 24, 2017

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui bahwa nilai R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 0.600, hal ini berarti bahwa 60% kesejahteraan masyarakat dipengaruhi variabel CSR Perspektif Islam. Sisanya sebesar 40 % dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4.16**Uji Parsial (Uji t)****Coefficients^a**

		Unstandardized		Standardized		t	Sig.
		Coefficients		Coefficients			
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.582	1.307			4.270	.000
	CSR Perspektif Islam (X)	.736	.069	.778		10.716	.000

a. Dependent Variable: Kesejahteraan Masyarakat

Berdasarkan hasil pengujian diatas, persamaan regresi pengaruh pasrtisipasi anggaran terhadap kinerja dapat dituliskan ke dalam persmaan regresi sebagai berikut.

$$Y = 10,388 + 0,875 X$$

Nilai konstanta 5.582 mengindikasikan bahwa jika variabel independen (CSR Perspektif Islam) adalah nol maka kesejahteraan masyarakat sebesar 5.582. Sedangkan koefisien regresi variabel CSR Perspektif Islam (X) sebesar 0,736 yang mengindikasikan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel CSR Perspektif Islam akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sebesar 0,736.

Hasil interpretasi atas hipotesis penelitian H_1 adalah variabel CSR Perspektif Islam memiliki t-hitung sebesar $10.716 > t\text{-tabel}$ ($df = n - k$, $77 - 2 - 75$) 1,995 dengan signifikan $0,000 < \text{sig } \alpha 0,05$, maka H_a diterima. Hal ini berarti variabel CSR Perspektif Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat.

b. Hasil Uji Regresi Moderasi dengan Pendekatan Nilai Selisih Mutlak terhadap Hipotesis Penelitian H_2

Furcot dan Shearon (1991) mengajukan model regresi yang agak berbeda dengan menguji pengaruh moderasi yaitu dengan model nilai selisih mutlak dari variabel independen. Menurut Furcot dan Shearon interaksi seperti ini lebih disukai oleh karena ekspektasi sebelumnya berhubungan dengan kombinasi antara X_1 dan X_2 dan berpengaruh terhadap Y .⁸⁴ Langkah uji nilai selisih mutlak dalam penelitian ini dapat digambarkan dengan persamaan regresi berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 Z_2 + \beta_3 |X_1 - Z_2| + e$$

⁸⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, hlm 224.

Pembahasan terkait pengujian hipotesis yang melibatkan variabel moderasi dapat dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 4.17

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	.835 ^a	.698	.686	1.474
a. Predictors: (Constant), Moderator, Zscore: Community Development. Zscore: CSR Perspektif Islam				

Sumber: Hasil pengolahan SPSS 24, 2017

Berdasarkan tabel 4.17 hasil uji koefisien determinasi nilai R^2 (*Adjusted R Square*) cukup tinggi sebesar 0,686 dapat dijelaskan oleh variabel moderator, *Zscore Community Development*, *Zscore CSR Perspektif Islam* sekitar 68,6%. Sisanya 31,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4.18**Uji Simultan F (Uji F)****ANOVA**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	366.450	3	122.150	56.245	.000 ^b
	Residual	158.537	73	2.172		
	Total	524.987	76			

a. Dependent Variable: Kesejahteraan Masyarakat

Sumber: Output SPSS 24, 2017

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F-hitung sebesar 56,245 dengan tingkat signifikan 0,000 jauh dibawah 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel Moderator, Zscore *Community Development*, Zscore CSR Perspektif Islam secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi kesejahteraan masyarakat.

Tabel 4.19**Uji Parsial (Uji T)****Coefficients**

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	20.074	.270		74.323	.000
Zscore: CSR	1.692	.239	.644	7.075	.000
1 Perspektif Islam					
Zscore: Community Development	.729	.231	.277	3.153	.002
Moderator	-1.023	.342	-.202	-2.989	.004

Sumber: Output SPSS 24, 2017

Berdasarkan hasil diatas, maka model MRA yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 20,074 + 1,692 + 0,729 - 1,023$$

Dari hasil analisis diatas terlihat bahwa variabel *Zscore Corporate Social Responsibility* Perspektif Islam dan *Zscore Community Development* memiliki koefisien regresi yang positif. Artinya semakin baik penyaluran *Corporate Social Responsibility* perspektif Islam maka kesejahteraan masyarakat yang dihasilkan akan semakin baik pula. Demikian juga dengan *Community Development*, semakin baik *community development* perusahaan maka kesejahteraan masyarakat juga akan semakin meningkat.

Adapun variabel interaksi antara *Corporate Social Responsibility* Perspektif Islam dan *Community Development* justru memperlihatkan koefisien regresi yang negatif. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa walaupun *community development* secara sendiri mempunyai pengaruh positif terhadap kesejahteraan masyarakat, namun jika dihubungkan *Corporate Social Responsibility* perspektif Islam, variabel *community development* justru mengurangi pengaruh *Corporate Social Responsibility* perspektif Islam terhadap kesejahteraan masyarakat.

Hasil interpretasi atas hipotesis penelitian H_2 adalah variabel moderator memiliki t-hitung sebesar $-2,989 < t\text{-tabel (df= n-k, 77-2-75) 1,995}$ dengan signifikan $0,004 < \text{sig } \alpha 0,05$, maka H_2 ditolak. Hal ini berarti variabel moderator berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat yang artinya bahwa

community development sebagai variabel moderasi tidak cukup menguatkan hubungan antara *Corporate Social Responsibility* perspektif Islam terhadap kesejahteraan masyarakat.

C. Pembahasan

1. Pengaruh CSR Perspektif Islam terhadap Kesejahteraan Masyarakat

Hasil persamaan regresi 1 digunakan sebagai dasar untuk menjawab hipotesis H1 mengenai pengaruh CSR perspektif Islam terhadap kesejahteraan masyarakat. Hasil pengujian persamaan regresi 1 menunjukkan bahwa CSR perspektif Islam berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Kemudian koefisien regresi CSR perspektif Islam juga memiliki tanda positif yang berarti bahwa penyaluran CSR yang memperhatikan unsur *al-adl*, *ihsan*, *amanah*, manfaat dan tujuan yang baik maka semakin tinggi pula tingkat kesejahteraan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan yang diperoleh nilai t-hitung 10,716 lebih besar dari t-tabel sebesar 3,97. Nilai signifikan CSR perspektif Islam sebesar 0,000 jauh lebih kecil dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa CSR perspektif Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat.

Hasil penelitian ini mendukung sebuah penelitian yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap kesejahteraan masyarakat. Hal ini terjadi karena perusahaan perusahaan berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap

aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.⁸⁵ Kontribusi CSR dalam pembangunan ekonomi masyarakat adalah dengan melibatkan seluruh komponen masyarakat dalam kegiatan CSR perusahaan. Kemiskinan sudah menjadi musuh bersama yang harus ditanggulangi oleh semua pihak. Untuk melaksanakan hal tersebut terdapat tiga pilar utama yang harus diperhatikan yaitu : pertama, format CSR yang sesuai dengan nilai lokal masyarakat; kedua, kemampuan diri perusahaan terkait dengan kapasitas SDM dan institusi, dan ketiga adalah peraturan dan kode etik dalam dunia usaha. Berdasarkan pada integrasi ketiga pilar tersebut, masyarakat akan dapat dibangun kemampuan dan kekuatannya dalam memecahkan permasalahan yang mereka hadapi dalam pencapaian kesejahteraan hidup yang lebih baik.⁸⁶ Teori stakeholder juga menjelaskan bahwa masyarakat dan lingkungan merupakan *stakeholder* inti perusahaan yang harus diperhatikan.⁸⁷

Adanya teori stakeholder ini memberikan landasan bahwa suatu perusahaan harus mampu memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Manfaat tersebut dapat diberikan dengan cara menerapkan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Adanya program tersebut pada perusahaan diharapkan akan meningkatkan kesejahteraan bagi karyawan, pelanggan, dan masyarakat lokal. Sehingga diharapkan terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan lingkungan sekitar.

⁸⁵ Khusnul Fauziyah, "Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Ledo Lestari terhadap Kesejahteraan Masyarakat Sekitarnya" *Jurnal Elcendikia Edisi 7 Vol III No. 1 Juni 2008*, hlm 59

⁸⁶ Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, hlm 35.

⁸⁷ Andreas Lako, *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*, Jakarta: Erlangga, 2011, hlm. 5.

Dalam perspektif Islam, CSR merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan merupakan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah SWT. Disamping itu, CSR merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam, Allah adalah pemilik mutlak (*haqiqiyah*) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah.⁸⁸ Maka dengan mengemban amanah, individu maupun kelompok harus dapat menjadi khalifah yang dapat berbuat keadilan, bertanggung jawab dan melakukan perbuatan yang bermanfaat salah satunya dalam menciptakan kesejahteraan dalam suatu masyarakat.

Islam mempunyai prinsip pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya, antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan sosial, dan antara suatu masyarakat dengan masyarakat yang lain. Tanggung jawab sosial merujuk pada kewajiban-kewajiban sebuah perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat dimana perusahaan itu berada.

2. Pengaruh CSR Perspektif Islam terhadap Kesejahteraan Masyarakat dengan *Community Development* sebagai Variabel Moderating

Hasil pengujian persamaan regresi 2 untuk menjawab hipotesis H2 menunjukkan bahwa *Community development* memoderasi hubungan antara CSR perspektif Islam terhadap kesejahteraan masyarakat. Hasil koefisien regresi

⁸⁸Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, hlm. 160

Community development memiliki tanda negatif yang berarti bahwa variabel *Community Development* tidak cukup menguatkan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan yang diperoleh nilai t-hitung - 2,989 lebih kecil dari t-tabel sebesar 1,995. Sedangkan nilai signifikan *Community Development* sebesar 0,000 jauh lebih kecil dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Community development* sebagai variabel moderasi berpengaruh negatif dan signifikan yang berarti bahwa CSR perspektif Islam yang dimoderasi oleh *Community development* tidak cukup menguatkan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Dalam *Stakeholder theory* perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi para stakeholder.⁸⁹ Manfaat yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan stakeholder, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau klaim terhadap perusahaan seperti konsumen, supplier, pemerintah dan masyarakat. Masyarakat sebagai *stakeholder* mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka. Ekspektasi masyarakat tersebut dipenuhi oleh perusahaan melalui berbagai program yang bersifat filantropis salah satunya adalah dengan *community development*.

Community development atau pengembangan masyarakat adalah suatu proses dimana anggota masyarakat pertama-tama mendiskusikan dan menentukan keinginan mereka kemudian merencanakannya dan mengerjakan bersama-sama untuk memenuhi

⁸⁹ Ahmad Chariri dan Imam Ghazali, *Teori Akuntansi*, hlm. 409.

keinginan mereka tersebut. Pengembangan masyarakat juga merupakan suatu gerakan untuk menciptakan sesuatu kehidupan yang lebih baik bagi seluruh masyarakat dengan berpartisipasi aktif dan inisiatif masyarakat itu sendiri.⁹⁰

Community development pada dasarnya bertujuan untuk meningkatkan potensi masyarakat agar mampu meningkatkan kualitas hidup yang lebih baik bagi seluruh warga masyarakat melalui kegiatan-kegiatan swadaya. Memberdayakan masyarakat bertujuan mendidik masyarakat agar mampu mendidik diri mereka sendiri atau membantu masyarakat agar mampu membantu diri mereka sendiri. Hal ini berarti bahwa di dalam proses pemberdayaan yang terjadi, masyarakat berperan secara aktif didalam mendesain dan merancang bentuk pemberdayaan itu sendiri.

Prinsip dasar program *community development* hendaknya mengembangkan modal awal yang biasanya telah dimiliki oleh masyarakat yakni solidaritas, partisipasi dan kerjasama dengan semangat gotong royong. Prinsip dasar dari program *community development* yang bertumpu pada masyarakat meliputi: menempatkan masyarakat sebagai subyek atau aktor pembangunan, membangun komunitas dapat melalui konsep tri bina (bina manusia, bina usaha dan bina lingkungan) yang didasarkan atas keterjangkauan kemampuan masyarakat, perencanaan harus bersifat *bottom up planning*, melakukan kerjasama dengan berbagai *stakeholder* lain untuk

⁹⁰ A. Supardi, *Dakwah Islam Dengan Pengembangan Masyarakat Desa*, hlm. 24-27.

memaksimalkan sumber daya yang ada dan merupakan suatu program peningkatan taraf hidup dan pembangunan yang berkelanjutan.⁹¹

Ketika kegiatan pengembangan masyarakat belum berhasil meningkatkan kesejahteraan masyarakat seperti yang diharapkan, maka yang paling penting dikaji adalah menemukan apa dan dimana akar permasalahannya. Pengetahuan tentang akar permasalahan ini membantu untuk merumuskan suatu strategi pemecahan masalah yang lebih tepat dan efektif. Merumuskan suatu pola pengembangan masyarakat adalah pekerjaan rumit karena karakteristik yang masyarakat miliki berbeda satu sama lain.

Selain itu, pengembangan masyarakat tidak akan berjalan baik, bila ada tekanan dari pihak eksternal. Maka sudah seharusnya bila dikembangkan secara murni oleh komunitas itu sendiri dengan memperhatikan sensitivitas budaya komunitas lokal, tradisi dan lingkungan.



⁹¹ H.M Abednego, *Strategi dan Pengembangan Program Imunisasi di Indonesia Menjelang abad 21*, Jakarta: Balai Penerbit FK UI, 2001, hlm. 2-3

BAB V

PENUTUP

A. *Kesimpulan*

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sehubungan dengan permasalahan penelitian yang diajukan sebagai berikut:

1. CSR perspektif Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Semakin efektif dan efisien penyaluran CSR PT Surya Raya Lestari II dengan memperhatikan konsep *al-adl*, *al-ihsan*, manfaat dan amanah maka kesejahteraan masyarakat akan semakin baik pula.
2. *Community development* sebagai variabel moderasi berpengaruh negatif dan signifikan sebagai variabel yang memoderasi hubungan CSR Perspektif Islam. Berpengaruh negatif artinya variabel *Community Development* tidak cukup menguatkan hubungan antara *Corporate Social Responsibility* perspektif Islam terhadap kesejahteraan masyarakat.

B. *Implikasi*

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian dan kesimpulan yang diambil dalam penelitian ini maka dapat disajikan implikasi sebagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa CSR Perspektif Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan kelompok tani yang merupakan binaan PT Surya Raya Lestari II. Oleh karena itu perusahaan sudah seharusnya memberikan perhatian terhadap kesejahteraan umum masyarakat bukan hanya kelompok tani binaan tetapi juga terhadap

kesejahteraan masyarakat yang ada di sekitar perusahaan. Islam selalu menyeru untuk berbuat kedermawanan terhadap kaum lemah, miskin dan marginal. Islam sangat mendukung terhadap CSR karena tidak dapat dipungkiri bahwa bisnis menciptakan banyak permasalahan sosial, dan perusahaan bertanggung jawab menyelesaikannya. Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat. Tanpa masyarakat perusahaan tidak akan mampu menjaga keberlangsungan perusahaan. Maka dari itu perusahaan harus berkomitmen untuk menyisihkan waktu, tenaga, serta finansial untuk masyarakat.

2. Penelitian ini menunjukkan bahwa *community development* sebagai variabel moderasi namun tidak cukup menguatkan dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat. Merumuskan suatu pola pengembangan masyarakat adalah pekerjaan rumit karena karakteristik yang mereka miliki berbeda dan setiap perbedaan menuntut pola pengembangan yang berbeda pula. Semua kekuatan, kelemahan dan permasalahan yang ada perlu diidentifikasi dengan cermat, terutama yang berhubungan dengan pola pikir mereka yang sangat lokal, sulit berubah serta lambat mengadopsi inovasi. Perusahaan harus memiliki konsep dalam pengembangan masyarakat misalnya dengan mengenal masyarakat setempat, menstimulasi masyarakat untuk menyadari bahwa ia memiliki masalah, mendorong rasa percaya diri untuk memutuskan sebuah tindakan, tidak memberikan tekanan terhadap masyarakat untuk menghasilkan produksi yang baik. Dalam melakukan analisis kebutuhan, perusahaan harus bisa memahami apa yang menjadi

keinginan dan kebutuhan masyarakat. Kebutuhan tersebut sifatnya harus jangka panjang dan bukan sementara. Analisis kebutuhan dilakukan dengan cermat, dengan melibatkan tokoh-tokoh masyarakat untuk menggali ide program yang menjadi kebutuhan bersama dan bukan kebutuhan beberapa orang saja



DAFTAR PUSTAKA

- Abednego, H.M. 2011. *Strategi dan Pengembangan Program Imunisasi di Indonesia Menjelang abad 21*. Jakarta: Balai Penerbit FK UI.
- Adi, Isbandi Rukminto. 2012. *Intervensi Komunitas & Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Anggraini, Shandy. 2008. Pengaruh Penerapan Coorporate Social Responsibility (CSR) pada PT. Inalum Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Kuala Tanjung. *Skripsi*. USU Medan
- Arikunto, Suharsimi. 2008. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Beekum, Rafik Issa. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Binoto Nadapdap. 2012. *Hukum Perseroan Terbatas*. Jakarta: Permata Aksara.
- Chariri dan Ghozali, Ahmad. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Djakfar, Muhammad. 2007. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang Press.
- Fauziyah, Khusnul. Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Ledo Lestari terhadap Kesejahteraan Masyarakat Sekitarnya. *Jurnal Elcendikia Edisi 7 Vol III No. 1 Juni 2008*
- Freeman, R. Edward. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. New York: Cambridge University Press.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Undip.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Undip.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Haidar Naqvi, Syed Nawab. 2003. *Menggagas Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Ife, Jim. 2008. *Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi: Community Development*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Indrawan, Danu Candra. 2011. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan*. UNDIP Semarang.
- Iriantara, Yosol. 2004. *Community Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kementerian Agama RI. 2014. *Al Quran Terjemah dan Tajwid*. Bandung: Sygma Examedia Arkanleema.
- Khoiruddin, 1992. *Pengembangan Masyarakat*. Yogyakarta: Liberty.
- Lako, Andreas. 2011. *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*, Jakarta: Erlangga.
- Mapisangka, Andi. Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat, *Jurnal JESP* Vol. No. 1 September 2009.
- Muhammad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nadapdap, Binoto. 2012. *Hukum Perseroan Terbatas*. Jakarta: Permata Aksara
- Nova, Firzan. 2012. *Republic Relations*. Jakarta: Media Bangsa.
- Rahman, Reza. 2009. *Corporate Social Responsibility antara Teori dan Kenyataan*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Rudito, Bambang & Melia Famiola. 2007. *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Rusdianto, Ujang. 2013. *CSR Communication A Framework for PR Practitioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metode Penelitian untuk Bisnis Jilid ke 2 Edisi ke-4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Simorangkir, O.P. 2003. *Etika : Bisnis, Jabatan, dan Perbankan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sudarmanto, R. Gunawan. 2005. *Analisis Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Suharto, Edi. 1997. *Pembangunan, Kebijakan Sosial dan Pekerjaan Sosial: Spektrum Pemikiran*. Bandung:Lembaga Studi Pembangunan-STKS .
- Suharto, Edi. 2006. “*Membangun Masyarakat Memberdayan Rakyat*” *Kajian Strategi Pembangunan Kesejahteraan Sosial Cetakan II*, Bandung: Refika Aditama.
- Suharto, Edi. 2007. *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Refika Aditama.
- Supardi, A. 1987. *Dakwah Islam Dengan Pengembangan Masyarakat Desa*. Bandung: Madar Maju.
- Suryani & Hendrayani. 2015. *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Susanto, A.B. 2009. *Reputation Driven Corporate Social Responsibility Pendekatan Strategik Manajemen dalam CSR*. Jakarta: Esensi.
- Tanjung, Didin Hafidhuddin dan Hendri. 2003. *Manajemen Syariah dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Trihastuti, Nanik. 2013. *Hukum Kontrak Karya – Pola Kerjasama Pengusahaan Pertambangan Di Indonesia*. Malang: Setara Press.
- Triyono, Agus. Pemberdayaan Masyarakat Melalui Community Development Program Posdaya (Pos Pemberdayaan Keluarga) Pt. Holcim Indonesia Tbk Pabrik Cilacap. *Jurnal KomuniTi* Vol. VI, No. 2 September 2014
- Umar, Husein. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Untung, Hendrik Budi. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- UU Nomor 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial

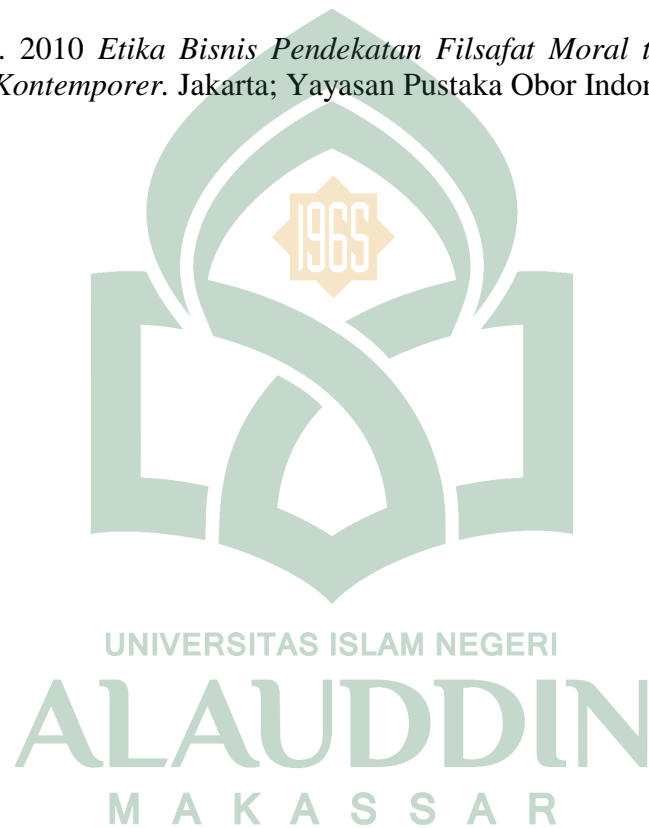
UU Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal

UU Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

Warsono, Sony dkk. 2009. *Corporate Governance Concept and Model*. Yogyakarta: CGCG FEB UGM.

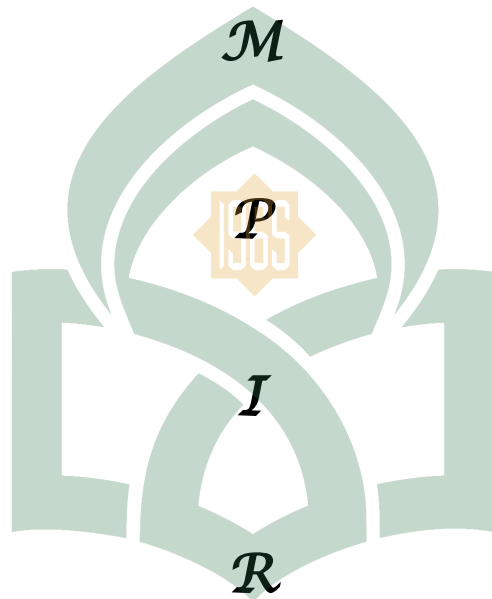
Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Gresik : Fascho Publishing.

Yosephus, Sinuor. 2010 *Etika Bisnis Pendekatan Filsafat Moral terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*. Jakarta; Yayasan Pustaka Obor Indonesia.



\mathcal{L}

\mathcal{A}



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

\mathcal{N}

Lampiran 1

No. Responden :

KUISIONER PENELITIAN

Dengan hormat,

Saya, Alfi Sahra Ramadhani seorang Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar. Saat ini sedang mengadakan penelitian akhir SKRIPSI. Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Saudara/i untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner yang saya lampirkan. Pengisian kuesioner ini bertujuan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan. Tidak ada jawaban yang salah, semua jawaban adalah benar jika sesuai petunjuk pengisian dan keadaan Saudara.

Atas kesediaan dan waktu yang telah diluangkan, saya ucapkan terima kasih.

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
(Boleh tidak diisi)
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :
4. Penghasilan/bulan :

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

B. PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

1. Mohon dengan hormat, bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk menjawab seluruh pernyataan yang ada dalam kuisisioner ini.
2. Berilah tanda **Ceklis** (✓) pada pernyataan berikut yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia.
3. Ada Empat pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan, yaitu:
 - **Sangat Setuju (SS)** : Nilai Skor 5
 - **Setuju (S)** : Nilai Skor 4
 - **Tidak Setuju (TS)** : Nilai Skor 2
 - **Sangat Tidak Setuju (STS)** : Nilai Skor

A. VARIABEL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

NO.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Perusahaan bersikap adil dalam penyaluran dana CSR					
2.	Perusahaan memberikan pelayanan yang baik dalam penyaluran dana CSR					
3.	Program CSR memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat					
4.	Perusahaan secara berkesinambungan menyalurkan dana CSR					
5.	Perusahaan bertanggung jawab atas setiap resiko yang ditimbulkan oleh kegiatan operasional perusahaan					
6.	Perusahaan jujur dan transparansi dalam penyaluran CSR					

B. VARIABEL COMMUNITY DEVELOPMENT

NO.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Divisi community development perusahaan memiliki program pembinaan petani yang baik bagi masyarakat setempat					
2.	Perusahaan memiliki mekanisme untuk berkomunikasi dan mendengarkan keluhan-keluhan yang disampaikan oleh warga masyarakat berkaitan dengan kegiatan operasi perusahaan					
2.	Perusahaan memaparkan secara jelas dampak-dampak apa saja yang mungkin					

dirasakan oleh masyarakat setempat sebelum kegiatan operasional

4. Divisi *community development* perusahaan mampu menghasilkan petani yang produktif dan kompeten sehingga memiliki hasil produksi yang bermutu
5. Divisi *community development* perusahaan mampu menciptakan petani yang mandiri berdasarkan potensi yang dimiliki.

C. VARIABEL KESEJAHTERAAN MASYARAKAT

NO.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Masyarakat merasakan manfaat langsung dari program CSR perusahaan					
2.	Kemampuan petani meningkat setelah adanya program CSR berupa pembinaan petani.					
3.	Hasil produksi petani meningkat setelah adanya program CSR.					
4.	Terciptanya pertumbuhan ekonomi rakyat dengan memperluas kesempatan berusaha di usaha mikro, kecil menengah					
5.	Terwujudnya kesejahteraan pada masyarakat setempat					

Lampiran 2

TABULASI DATA RESPONDEN

No Responden	Corporate Social Responsibility Perspektif Islam					Total
	X1	X2	X3	X4	X5	
Responden 1	5	4	5	4	4	22
Responden 2	5	3	5	3	3	19
Responden 3	5	4	5	4	3	21
Responden 4	3	4	3	4	5	19
Responden 5	4	5	4	5	4	22
Responden 6	5	5	5	5	4	24
Responden 7	5	3	4	5	5	22
Responden 8	4	4	4	5	5	22
Responden 9	4	5	4	5	5	23
Responden 10	5	5	3	5	4	22
Responden 11	4	5	3	3	4	19
Responden 12	5	4	3	4	5	21
Responden 13	3	3	4	4	5	19
Responden 14	4	5	4	5	5	22
Responden 15	4	5	4	3	4	20
Responden 16	4	4	4	3	5	20
Responden 17	5	5	4	4	5	23
Responden 18	4	4	4	3	5	20
Responden 19	4	4	4	4	4	20

Responden 20	4	5	4	5	4	22
Responden 21	4	4	3	3	4	18
Responden 22	3	3	3	2	4	15
Responden 23	3	4	3	3	3	16
Responden 24	3	4	3	5	5	20
Responden 25	5	4	4	4	5	22
Responden 26	5	4	3	3	4	19
Responden 27	3	4	2	2	3	14
Responden 28	4	4	4	3	5	20
Responden 29	3	4	5	5	5	22
Responden 30	2	3	3	4	3	15
Responden 31	3	3	2	3	3	14
Responden 32	4	4	5	4	5	22
Responden 33	3	3	4	4	3	17
Responden 34	2	3	3	3	3	14
Responden 35	3	4	4	4	3	16
Responden 36	4	3	3	4	3	17
Responden 37	3	4	5	3	4	19
Responden 38	4	5	3	3	4	19
Responden 39	3	4	5	4	4	20
Responden 40	5	4	5	4	4	22

Responden 41	5	4	5	4	4	22
Responden 42	3	2	3	3	3	14
Responden 43	3	3	3	4	4	17
Responden 44	4	3	4	3	4	18
Responden 45	3	4	4	5	4	20
Responden 46	4	4	4	4	4	20
Responden 47	5	4	3	3	4	19
Responden 48	3	4	3	5	4	19
Responden 49	4	4	4	5	4	21
Responden 50	3	4	3	3	3	16
Responden 51	4	4	4	4	4	20
Responden 52	5	4	5	5	4	23
Responden 53	4	3	3	3	3	16
Responden 54	2	3	2	3	4	14
Responden 55	3	3	3	3	3	15
Responden 56	1	3	5	5	4	18
Responden 57	4	4	4	4	4	20
Responden 58	3	3	3	3	3	15
Responden 59	3	2	2	4	3	14
Responden 60	4	4	3	4	4	19
Responden 61	4	5	5	4	4	22

Responden 62	4	3	4	2	3	16
Responden 63	2	2	3	3	4	14
Responden 64	4	5	4	3	5	21
Responden 65	3	4	4	3	4	18
Responden 66	4	4	3	5	4	20
Responden 67	5	4	4	5	3	21
Responden 68	4	4	5	3	4	20
Responden 69	2	4	3	4	3	16
Responden 70	3	3	2	5	4	17
Responden 71	5	3	3	3	4	18
Responden 72	4	3	5	3	3	18
Responden 73	3	3	4	3	3	16
Responden 74	3	4	3	5	4	19
Responden 75	4	3	2	4	4	17
Responden 76	4	5	3	3	5	20
Responden 77	3	3	3	3	3	13

No Responden	Community Development					Total
	M1	M2	M3	M4	M5	
Responden 1	3	3	3	3	3	15
Responden 2	3	3	4	4	3	17

Responden 3	3	3	4	3	3	16
Responden 4	4	4	4	5	3	20
Responden 5	5	5	5	4	5	24
Responden 6	4	4	4	4	4	20
Responden 7	4	5	3	5	4	21
Responden 8	5	4	5	5	4	23
Responden 9	5	4	5	4	3	21
Responden 10	4	3	3	4	3	17
Responden 11	5	4	3	4	4	20
Responden 12	5	5	4	4	4	22
Responden 13	3	3	3	4	3	16
Responden 14	5	4	4	5	5	23
Responden 15	4	4	5	4	3	20
Responden 16	3	4	3	5	4	19
Responden 17	4	5	4	4	5	22
Responden 18	3	4	3	4	3	17
Responden 19	1	4	4	5	4	18
Responden 20	5	4	5	5	3	22
Responden 21	4	4	4	5	3	20
Responden 22	3	3	2	4	3	15
Responden 23	3	3	3	3	4	16

Responden 24	5	3	5	3	3	19
Responden 25	5	5	4	5	5	24
Responden 26	4	5	3	4	3	19
Responden 27	3	3	3	3	2	14
Responden 28	5	4	4	3	5	21
Responden 29	5	3	4	4	4	20
Responden 30	2	2	4	4	3	15
Responden 31	3	3	2	4	2	14
Responden 32	4	4	4	5	5	22
Responden 33	3	3	3	3	4	16
Responden 34	3	2	3	4	2	14
Responden 35	3	3	4	3	3	16
Responden 36	4	4	3	4	3	18
Responden 37	4	3	4	4	5	20
Responden 38	4	4	4	4	4	20
Responden 39	5	3	3	3	3	17
Responden 40	4	5	3	3	4	19
Responden 41	4	5	3	3	4	19
Responden 42	3	3	3	3	3	15
Responden 43	4	3	5	4	3	19
Responden 44	5	4	5	4	4	22

Responden 45	3	3	3	4	3	16
Responden 46	4	4	4	3	4	19
Responden 47	4	5	1	4	3	17
Responden 48	4	3	4	4	3	18
Responden 49	5	4	5	4	5	23
Responden 50	4	3	4	3	4	18
Responden 51	4	4	4	4	4	20
Responden 52	4	5	5	5	3	22
Responden 53	4	4	4	4	3	19
Responden 54	3	2	3	3	3	14
Responden 55	3	3	3	3	5	17
Responden 56	3	5	5	4	4	21
Responden 57	5	4	4	4	3	20
Responden 58	5	3	3	3	4	18
Responden 59	3	3	3	3	4	16
Responden 60	4	4	4	4	4	20
Responden 61	3	4	4	5	2	18
Responden 62	2	4	2	5	3	16
Responden 63	3	2	3	3	3	14
Responden 64	4	4	5	4	4	21
Responden 65	4	3	5	5	5	22

Responden 66	4	4	4	4	4	20
Responden 67	3	5	3	5	4	20
Responden 68	3	4	3	3	3	16
Responden 69	3	2	5	4	3	17
Responden 70	5	3	4	4	3	19
Responden 71	5	5	3	3	5	21
Responden 72	3	4	3	3	4	17
Responden 73	4	3	4	4	3	18
Responden 74	3	3	4	5	4	19
Responden 75	2	4	2	3	4	15
Responden 76	3	4	3	4	4	18
Responden 77	3	3	3	3	3	15

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

Kesejahteraan Masyarakat

No Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total
Responden 1	4	4	4	3	3	18
Responden 2	3	3	3	2	4	15
Responden 3	3	3	4	4	3	17
Responden 4	5	5	4	3	5	22
Responden 5	4	4	5	4	4	21

Responden 6	4	4	5	4	4	21
Responden 7	5	5	5	5	5	25
Responden 8	5	5	5	5	5	25
Responden 9	5	5	5	5	4	24
Responden 10	4	4	5	3	4	20
Responden 11	4	4	3	4	4	19
Responden 12	5	5	4	4	4	22
Responden 13	5	5	4	4	4	22
Responden 14	5	5	4	4	5	23
Responden 15	4	4	3	4	4	19
Responden 16	5	5	3	4	5	22
Responden 17	5	5	4	5	4	23
Responden 18	5	5	3	3	4	20
Responden 19	4	4	4	3	5	20
Responden 20	4	4	5	4	5	22
Responden 21	4	4	3	4	5	20
Responden 22	4	4	2	3	4	17
Responden 23	3	3	3	3	3	15
Responden 24	5	5	5	5	3	23
Responden 25	5	5	4	4	5	23
Responden 26	4	4	3	3	4	18

Responden 27	3	3	2	3	3	14
Responden 28	5	5	3	4	3	20
Responden 29	5	5	5	5	4	24
Responden 30	3	3	4	3	4	17
Responden 31	3	3	3	3	4	16
Responden 32	5	5	4	4	5	23
Responden 33	3	3	4	3	3	16
Responden 34	3	3	3	4	4	17
Responden 35	3	3	4	3	3	16
Responden 36	3	3	4	5	4	19
Responden 37	4	4	3	4	4	19
Responden 38	4	4	3	4	4	19
Responden 39	4	4	4	4	3	19
Responden 40	4	4	4	4	3	19
Responden 41	4	4	4	4	3	19
Responden 42	3	3	3	3	3	16
Responden 43	4	4	4	4	4	20
Responden 44	4	4	3	4	4	19
Responden 45	4	4	5	4	4	21
Responden 46	4	4	4	5	3	20
Responden 47	4	4	3	4	4	19

Responden 48	4	4	5	5	4	22
Responden 49	4	4	5	4	4	21
Responden 50	3	3	3	4	3	16
Responden 51	4	4	4	5	4	21
Responden 52	4	4	5	5	5	23
Responden 53	3	3	3	5	4	18
Responden 54	4	4	3	4	3	18
Responden 55	3	3	3	3	3	15
Responden 56	4	4	5	3	4	20
Responden 57	4	4	4	5	4	21
Responden 58	3	3	3	4	3	16
Responden 59	3	3	4	3	3	16
Responden 60	4	4	4	3	4	19
Responden 61	4	4	4	4	5	21
Responden 62	3	3	2	4	5	17
Responden 63	4	4	3	4	3	18
Responden 64	5	5	3	5	4	22
Responden 65	4	4	3	4	5	20
Responden 66	4	4	5	5	4	22
Responden 67	3	3	5	5	5	21
Responden 68	4	4	3	5	3	19

Responden 69	3	3	4	4	4	18
Responden 70	4	4	5	3	4	20
Responden 71	4	4	3	3	3	17
Responden 72	3	3	3	5	3	17
Responden 73	3	3	3	4	4	17
Responden 74	4	4	5	3	5	21
Responden 75	4	4	4	3	3	18
Responden 76	5	5	3	4	4	21
Responden 77	3	3	2	3	3	14

Lampiran 3

STATISTIK DESKRIPTIF

1. Statistik Deskriptif Variabel

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR Perspektif Islam	77	13	24	18.82	2.775
Community Development	77	14	24	18.58	2.633
Kesejahteraan Masyarakat	77	14	25	19.44	2.628
Valid N (listwise)	77				

2. Statistik Deskriptif Pernyataan (X)

Statistics					
	P1	P2	P3	P4	P5
N Valid	77	77	77	77	77

Missing	0	0	0	0	0
Mean	3.71	3.75	3.66	3.75	3.94

P1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.3	1.3	1.3
	Tidak Setuju	5	6.5	6.5	7.8
	Kurang Setuju	25	32.5	32.5	40.3
	Setuju	30	39.0	39.0	79.2
	Sangat Setuju	16	20.8	20.8	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	6.5	6.5	6.5
	Kurang Setuju	22	28.6	28.6	35.1
	Setuju	37	48.1	48.1	83.1
	Sangat Setuju	13	16.9	16.9	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

P3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	7.8	7.8	7.8
	Kurang Setuju	29	37.7	37.7	45.5
	Setuju	27	35.1	35.1	80.5
	Sangat Setuju	15	19.5	19.5	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

P4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	5.2	5.2	5.2
	Kurang Setuju	29	37.7	37.7	42.9
	Setuju	26	33.8	33.8	76.6
	Sangat Setuju	18	23.4	23.4	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	22	28.6	28.6	28.6
	Setuju	38	49.4	49.4	77.9
	Sangat Setuju	17	22.1	22.1	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

3. Statistik Deskriptif Pernyataan (M)

		Statistics				
		M1	M2	M3	M4	M5
N	Valid	77	77	77	77	77
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.75	3.68	3.66	3.90	3.60

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.3	1.3	1.3
	Tidak Setuju	3	3.9	3.9	5.2
	Kurang Setuju	28	36.4	36.4	41.6
	Setuju	27	35.1	35.1	76.6
	Sangat Setuju	18	23.4	23.4	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Tidak Setuju	5	6.5	6.5	6.5
	Kurang Setuju	28	36.4	36.4	42.9
	Setuju	31	40.3	40.3	83.1
	Sangat Setuju	13	16.9	16.9	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

M3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.3	1.3	1.3
	Tidak Setuju	4	5.2	5.2	6.5
	Kurang Setuju	29	37.7	37.7	44.2
	Setuju	29	37.7	37.7	81.8
	Sangat Setuju	14	18.2	18.2	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

M4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	24	31.2	31.2	31.2
	Setuju	37	48.1	48.1	79.2
	Sangat Setuju	16	20.8	20.8	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

M5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	5.2	5.2	5.2
	Kurang Setuju	34	44.2	44.2	49.4
	Setuju	28	36.4	36.4	85.7
	Sangat Setuju	11	14.3	14.3	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

4. Statistik Deskriptif Pernyataan (Y)

Statistics

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
N	Valid	77	77	77	77	77
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.94	3.94	3.75	3.92	3.90

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	22	28.6	28.6	28.6
	Setuju	38	49.4	49.4	77.9
	Sangat Setuju	17	22.1	22.1	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	22	28.6	28.6	28.6
	Setuju	38	49.4	49.4	77.9
	Sangat Setuju	17	22.1	22.1	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	5.2	5.2	5.2
	Kurang Setuju	29	37.7	37.7	42.9
	Setuju	26	33.8	33.8	76.6
	Sangat Setuju	18	23.4	23.4	100.0
	Total	77	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.3	1.3	1.3

Kurang Setuju	22	28.6	28.6	29.9
Setuju	36	46.8	46.8	76.6
Sangat Setuju	18	23.4	23.4	100.0
Total	77	100.0	100.0	

Y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	24	31.2	31.2	31.2
Setuju	37	48.1	48.1	79.2
Sangat Tidak Setuju	16	20.8	20.8	100.0
Total	77	100.0	100.0	

Lampiran 4

UJI KUALITAS DATA

1. Uji Validitas dan Reliabilitas (X)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	15.10	5.121	.421	.626
X2	15.06	5.009	.558	.563
X3	15.16	5.344	.387	.641
X4	15.06	5.588	.326	.668
X5	14.88	5.605	.471	.608

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.673	5

2. Uji Validitas dan Reliabilitas (M)

Item-Total Statistics

Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
----------------------------	--------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

M1	14.83	4.379	.457	.533
M2	14.91	4.742	.411	.559
M3	14.92	4.704	.378	.577
M4	14.69	5.481	.278	.620
M5	14.99	4.934	.383	.574

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.628	5

3. Uji Validitas dan Reliabilitas (Y)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	15.51	4.306	.707	.601
Y2	15.51	4.306	.707	.601
Y3	15.69	4.665	.390	.731
Y4	15.52	5.200	.329	.744
Y5	15.55	5.120	.392	.719

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.730	5

Lampiran 5

UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual		
N		77
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.53013185
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.060
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

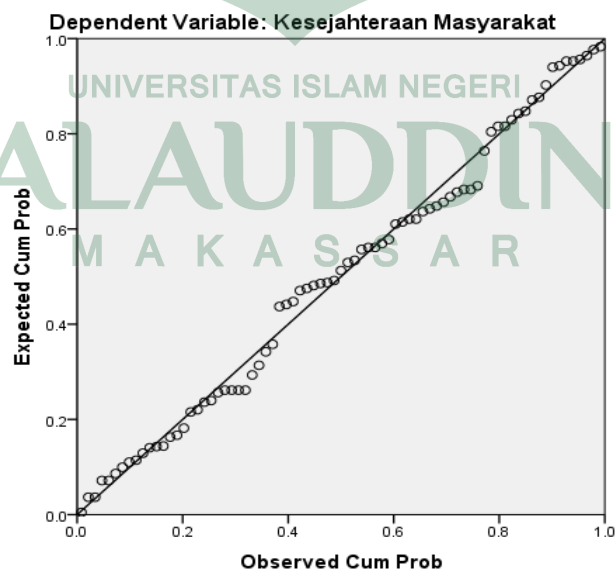
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



2. Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.477	1.359		2.558	.013		
	CSR Perspektif Islam	.533	.087	.563	6.157	.000	.548	1.824
	Community Development	.320	.091	.320	3.502	.001	.548	1.824

a. Dependent Variable: Kesejahteraan Masyarakat

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.701	5.619		.659	.512
	LnX	1.664	2.359	.112	.705	.483
	LnM	-3.115	2.525	-.196	-1.234	.221

a. Dependent Variable: Lnei

Lampiran 6

UJI HIPOTESIS

1. Analisis Regresi Sederhana

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.778 ^a	.605	.600	1.663	.605	114.822	1	75	.000

a. Predictors: (Constant), CSR Perspektif Islam

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	317.561	1	317.561	114.822	.000 ^b
	Residual	207.426	75	2.766		
	Total	524.987	76			

a. Dependent Variable: Kesejahteraan Masyarakat

b. Predictors: (Constant), CSR Perspektif Islam

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.582	1.307		4.270	.000
	CSR Perspektif Islam	.736	.069	.778	10.716	.000

a. Dependent Variable: Kesejahteraan Masyarakat

2. Analisis Regresi Moderasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.835 ^a	.698	.686	1.474	.698	56.245	3	73	.000

a. Predictors: (Constant), Moderator, Zscore: Community Development, Zscore: CSR Perspektif Islam

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	366.450	3	122.150	56.245	.000 ^b
	Residual	158.537	73	2.172		
	Total	524.987	76			

a. Dependent Variable: Kesejahteraan Masyarakat

b. Predictors: (Constant), Moderator, Zscore: Community Development, Zscore: CSR Perspektif Islam

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.074	.270		74.323	.000
	Zscore: CSR Perspektif Islam	1.692	.239	.644	7.075	.000
	Zscore: Community Development	.729	.231	.277	3.153	.002
	Moderator	-1.023	.342	-.202	-2.989	.004

a. Dependent Variable: Kesejahteraan Masyarakat

RIWAYAT HIDUP



Alfi Sahra Ramadhani lahir di Polmas, 24 Februari 1995, merupakan anak ke delapan dari sepuluh bersaudara hasil buah cinta kasih dari pasangan H.Abd. Malik dan Hj. Masnaeni. Hidup di tengah lingkungan keluarga yang sederhana dimana pada usia 6 tahun mulai memasuki jenjang pendidikan tingkat dasar di SD Inpres Ngapaboa pada tahun 2001 dan tamat pada tahun 2007. Kemudian pada tahun yang sama yaitu tahun 2007 melanjutkan jenjang pendidikan ke tingkat menengah pertama yaitu di SMP Negeri 7 Budong-budong, Desa Topoyo Kab. Mamuju Tengah dan lulus pada tahun 2010, setelah tamat dari pendidikan SMP penulis melanjutkan pendidikan ke tingkat menengah atas yakni di SMK Muhammadiyah Wonomulyo Polewali Mandar mengambil jurusan Administrasi Perkantoran dan lulus pada tahun 2013. Dan di tahun 2013 pula penulis melanjutkan jenjang pendidikan ke perguruan tinggi yaitu di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar mengambil jurusan Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Selama di kampus penulis bergabung di Forum Kajian Ekonomi Islam (FORKEIS) sejak tahun 2014 dan juga aktif di organisasi Pemuda Peduli Kesejahteraan Sosial (PPKS Makassar) sejak tahun 2015 hingga sekarang.

Dengan ketekunan dan motivasi yang tinggi, penulis berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 28 Agustus 2017